

Université de Montréal

L'insertion par le travail autonome et le développement  
des réseaux haïtiens de solidarité au Québec

Par  
Alfred PIERRE

Mémoire présenté à la Faculté des Études Supérieures  
en vue de l'obtention du grade de  
Maîtrise (M. Sc.)  
en Sociologie

Août 2005

© Alfred Pierre, 2005



HM

15

U54

2006

v. 001

## AVIS

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

## NOTICE

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal  
Faculté des Études Supérieures

Ce mémoire intitulé :  
L'insertion par le travail autonome et le développement  
des réseaux haïtiens de solidarité au Québec

Présenté par  
Alfred Pierre

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Christopher McAll  
Président-rapporteur  
Victor Piché  
Directeur  
Anne E. Calvès  
Co-directrice  
Marianne Kempenners  
Membres du jury

Mémoire accepté le 28 novembre 2005



## Sommaire

Cette étude porte sur *l'insertion par le travail autonome et le développement des réseaux haïtiens de solidarités au Québec*. C'est une étude de cas portant sur un échantillon de treize entreprises haïtiennes à Montréal. Nous cherchons à comprendre, à travers la trajectoire sociale d'insertion des entrepreneurs, comment se fait le passage de travailleur migrant à celui d'entrepreneur ethnique et le principe structurant de cet entrepreneuriat, c'est-à-dire les logiques sociales auxquelles souscrivent son émergence et son développement pour tenter d'expliquer le faible développement entrepreneurial haïtien. L'étude présente les caractéristiques des entreprises échantillonnées, leurs caractéristiques transnationales et le profil des entrepreneurs. Elle adresse, en outre, la question sur quoi repose la création et le succès d'entreprises haïtiennes à Montréal, c'est-à-dire les réseaux sociaux qui sont mobilisés à ces fins par les entrepreneurs haïtiens.

Pour expliquer le faible développement entrepreneurial haïtien à Montréal, nous soutenons que, dans un milieu d'accueil relativement hostile à une minorité ethnique dite visible, c'est-à-dire marqué par des discriminations raciales et sociales diverses, le développement entrepreneurial suit un processus d'intégration différenciée d'autant plus forte lorsqu'il s'articule avec des structures médiatrices identitaires plus solidaires. Autrement dit, l'entrepreneuriat prend appui sur des organisations identitaires activement impliquées dans les luttes sociales interethniques pour l'accès aux ressources et leur contrôle et la défense des droits des minorités. Nous avançons, dans le cas haïtien, que le faible développement entrepreneurial s'explique par la conjonction d'un milieu social hostile et d'un faible niveau de solidarité ethnique.

Le texte comprend cinq chapitres. Le premier chapitre présente une revue de littérature sur la migration et l'intégration économique : la place de l'entrepreneurship immigrant dans les rapports sociaux ethniques. On y trouve également la problématique de l'entrepreneurship haïtien au Canada, une mise en

contexte de la présente étude et le cadre conceptuel de la recherche. Le chapitre 2 traite de la méthodologie générale de la recherche.

En outre, viennent trois chapitres de présentation des résultats. Au chapitre 3, sont analysés les caractéristiques de cette économie et son mode de structuration. Il s'agit de voir au-delà des logiques individuelles, la recherche de profit et de mobilité sociale, les visées communautaires qui structurent l'action des entrepreneurs. Au chapitre 4, nous discutons de l'utilisation des réseaux sociaux, de la perception des entrepreneurs étudiés de la solidarité communautaire et son rôle dans l'entrepreneuriat haïtien. Le chapitre 5 traite de la portée transnationale et des dimensions solidaires de l'entrepreneuriat haïtien de Montréal. Nous y abordons le rapport des entrepreneurs avec Haïti pour dégager la contribution probable de la diaspora au pays d'origine. Nous analysons les flux de transferts d'argent, l'entrepreneuriat immigrant dont la coopération d'affaires et le tourisme ethnique.

Mots clés : immigrants haïtiens, intégration économique, entrepreneuriat immigrant, entrepreneuriat haïtien, entreprises ethniques haïtiennes, économie de la diaspora haïtienne, solidarité communautaire haïtienne

## Abstracts

This study deals with *The insertion by autonomous work and the development of the Haitian solidary networks in Quebec*. It is a case study based on a sample of thirteen Haitian enterprises in Montreal. We seek to understand, through the social trajectory of insertion of the entrepreneurs, the passage of migrant workers to that of the ethnic entrepreneurs and the structuring principle of this entrepreneurship, i.e. social logics to which its emergence and its development explain the weak Haitian entrepreneurial development. The study demonstrates the characteristics of the sampled enterprises, their transnational characteristics and the profile of entrepreneurs. It addresses, moreover, the issue concerning the creation of successful Haitian enterprises in Montreal, i.e. the social networks mobilized for this purpose by the Haitian entrepreneurs.

To explain the weak Haitian entrepreneurial development, we support that, in a social environment relatively hostile to a visible ethnic minority, i.e. marked by various racial and social discriminations, the entrepreneurial development follows a process of strongly differentiated integration when it is articulated by more interdependent identity mediating structures. In other words, the immigrant entrepreneurship is supported by identity organizations actively involved in the interethnic social struggle for the access to resources and the control and the defense of the rights of the minorities. We advance, in the Haitian case, that the weak entrepreneurial development is explained by the conjunction of a hostile social environment and a low level of ethnic solidarity.

The text includes five chapters. The first chapter presents a review of literature on the migration and economic integration: the place of the immigrant entrepreneurship in the ethnic social reports. We will also discuss the issue of the Haitian entrepreneurship in Canada, a contextualizing of this study and the conceptual framework of research. Chapter 2 deals with the general methodology of research. Three chapters present the results: in chapter 3, the characteristics of this economy

and its structuring mode are analyzed. It is a question of seeing beyond individual logic, the research of profit and social mobility, the community goals which structure the action of the entrepreneurs. In chapter 4, we discuss the use of the social networks, the perception of studied entrepreneurs of community solidarity and its role in the Haitian entrepreneurship. Chapter 5 deals with the transnational range and dimensions interdependent of the Haitian entrepreneurship of Montreal. We approach there the relationship of the entrepreneurs with Haiti to release the probable contribution of the Diaspora to the country of origin. We analyze flows of money transfers, the immigrant entrepreneurship, namely cooperation of business and ethnic tourism.

Key words: Haitian immigrants, economic integration, immigrant entrepreneurship, Haitian ethnic enterprises, economy of the Haitian Diaspora, Haitian community solidarity.

## Table des matières

|  |             |
|--|-------------|
| <i>Sommaire</i> .....  | <i>i</i>    |
| <i>Liste des tableaux</i> .....  | <i>viii</i> |
| <i>Remerciements</i> .....   | <i>ix</i>   |
| <i>Introduction</i> .....  | <i>1</i>    |
| <i>Chapitre 1</i> .....  | <i>7</i>    |
| <i>Migration et intégration économique : la place de l'entrepreneurship immigrant dans les rapports sociaux ethniques,</i> ..... | <i>7</i>    |
| <i>une revue de littérature</i> .....  | <i>7</i>    |
| 1.1. Crise du marché du travail et légitimation du travail autonome dans les pays industrialisés.....                            | 8           |
| 1.1.1 Des facteurs déterminants de l'entrepreneuriat immigrant .....   | 12          |
| 1.2. L'ethnicité et l'entrepreneurship dans la dynamique d'intégration différenciée des immigrants.....                          | 16          |
| 1.3. Entrepreneurship immigrant au Canada : le cas haïtien .....   | 19          |
| 1.3.1. Le cas haïtien au Canada .....  | 21          |
| 1.4. Constitution de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal : contexte et enjeu .  | 25          |
| 1.4.1 Contexte d'émergence de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal.....  | 26          |
| 1.4.1.1. Situation démographique.....  | 27          |
| 1.4.1.2. Situation socio-économique précaire .....   | 28          |
| 1.4.1.3. Situation sociopolitique.....   | 30          |
| 1.4.2. Diaspora comme enjeu pour le développement d'Haïti.....   | 32          |
| 1.5. Cadre conceptuel de la recherche .....  | 36          |
| 1.5.1. L'approche par la marginalisation .....   | 37          |
| 1.5.2. La théorie des ressources de classe/ethniques.....  | 39          |
| 1.5.3. Le modèle de solidarité ethnique.....   | 43          |
| 1.5.3.1. Solidarité ethnique comme cadre de coopération économique intra-ethnique .....  | 44          |
| 1.5.3.2. La solidarité comme action collective.....  | 46          |
| 1.5.3.3. Portée explicative de ces trois modèles : vers une combinaison.....   | 48          |
| 3.4. Structures médiatrices identitaires et rapports sociaux ethniques.....  | 49          |
| <i>Chapitre 2</i> .....  | <i>53</i>   |
| <i>La méthodologie</i> .....   | <i>53</i>   |
| 2.1. Méthode d'entretien .....   | 53          |
| 2.2. Choix du Cas : le choix de Montréal et l'échantillon .....  | 56          |
| 2.2.1. Choix du cas de Montréal.....   | 56          |
| 2.2.2. Les entreprises échantillonnées .....   | 57          |

|  |                 |
|--|-----------------|
| Toc113161732_2.3. Méthode et technique de collecte des données .....   | 60              |
| 2.3.1. Observation .....   | 61              |
| 2.3.2. Grille d'entretien .....  | 61              |
| 2.3.2.1. Profil des entrepreneurs .....  | 62              |
| 2.3.2.2. Caractéristiques de l'entreprise .....  | 62              |
| 2.3.2.3. Réseaux sociaux de solidarité.....  | 63              |
| 2.3.2.4. Solidarité .....  | 63              |
| 2.3.2.5. Caractéristiques transnationales .....  | 64              |
| 2.3.3. Les entretiens et le traitement des données .....   | 65              |
| 2.4. Méthode d'analyse.....  | 66              |
| 2.5. Conclusion.....   | 70              |
| Chapitre 3.....  | 71              |
| <i>L'entrepreneuriat immigrant haïtien à Montréal : le profil des entrepreneurs, les caractéristiques des entreprises échantillonnées et sa structuration au-delà des logiques individuelles .....</i> |                 |
| 3.1. Profil des entrepreneurs .....  | 72              |
| Toc113161747_3.1.1 Analyse des trajectoires d'insertion .....  | 73              |
| Moins de 18 ans .....  | 73              |
| 3.1.2. Analyse des premières expériences professionnelles .....  | 74              |
| Toc113161751_3.1.3. Le passage du travailleur migrant à l'entrepreneuriat .....  | 78              |
| 3.2. Caractéristiques de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal .....  | 83              |
| 3.2.1. Caractéristiques des entreprises et portée de l'entrepreneuriat haïtien .....   | 84_Toc113161755 |
| 3.2.3 Capital de départ et chiffres d'affaires .....   | 84              |
| 3.2.4. Clientèle et employés .....   | 89              |
| 3.3. L'entrepreneuriat haïtien : au-delà des stratégies individuelles .....  | 97              |
| 3.3.1. Les enjeux communautaires .....   | 97              |
| 3.3.2. L'entrepreneuriat comme réponse au racisme .....  | 99              |
| 3.4. Conclusion.....   | 104             |
| Chapitre 4.....  | 109             |
| <i>La portée des réseaux sociaux dans l'entrepreneuriat haïtien à Montréal : reconnaissance ou réclamation de la solidarité ethnique.....</i>  |                 |
| 4.1. Réseaux sociaux mobilisés par les entrepreneurs haïtiens.....   | 110             |
| 4.1.1. Les réseaux familiaux.....  | 111             |
| 4.1.2. Réseaux d'amis.....   | 112             |
| 4.1.3. Structures médiatrices ou groupes spécifiques.....  | 115             |
| 4.1.4. Réseaux ethniques .....   | 117             |
| 4.2. Reconnaissance ou réclamation d'une solidarité ethnique.....  | 121             |
| 4.2.1. En quoi la communauté haïtienne est solidaire .....   | 121             |

|  |                   |
|--|-------------------|
| 4.2.2. En quoi la communauté haïtienne n'est pas solidaire .....                             | 123               |
| 4.2.3. La place de la solidarité dans l'entrepreneurship haïtien à Montréal .....            | 129               |
| 4.2.3.1. L'appel à des consommateurs solidaires .....  | 131               |
| 4.2.3.1.1. Courant solidarité comme sacrifice .....  | 132               |
| 4.2.3.1.2. Courant prestations-services.....   | 134               |
| <b>4.3. Solidarité ethnique comme type d'action collective : État des lieux.....</b>         | <b>137</b>        |
| 4.3.2. Le secteur de Taxi .....  | 138               |
| 4.3.2. Le secteur de voyages organisés .....   | 140               |
| 4.3.3. Le secteur des marchés alimentaires .....   | 142               |
| <b>4.4. Conclusion.....</b>  | <b>144</b>        |
| <b><i>Chapitre 5.....</i></b>  | <b><i>149</i></b> |
| <b><i>Portée transnationale et dimensions solidaires de.....</i></b>                         | <b><i>149</i></b> |
| <b><i>l'entrepreneuriat haïtien de Montréal pour Haïti.....</i></b>                          | <b><i>149</i></b> |
| <b>5. 1. Perception d'attaches et motivations d'échange avec Haïti .....</b>                 | <b>150</b>        |
| <b>5.2. Liens familiaux transnationaux et transferts d'argent.....</b>                       | <b>151</b>        |
| 5.2.1 Les entrepreneurs de la deuxième génération : une implication faible ...               | 153               |
| 5.2.2 Les immigrants de la première génération : l'aide obligée .....                        | 154               |
| 5.2.2.1. Transferts d'argent faits par les immigrants qualifiés .....                        | 155               |
| 5.2.2.2. Transfert d'argent et parrainage des proches par les immigrants non qualifiés ..... | 156               |
| 5.2.3. Portée sociale du soutien familial.....   | 159               |
| <b>5.3. La coopération d'affaires : l'envoi de conteneurs et le cas de Franck ...</b>        | <b>162</b>        |
| <b>5.4. Caractéristiques transnationales des entreprises échantillonnées.....</b>            | <b>167</b>        |
| <b>6.5. Intention d'investissement et obstacles.....</b>                                     | <b>171</b>        |
| <b>5. 6. Tourisme ethnique ou mouvement de retour.....</b>                                   | <b>174</b>        |
| <b>5. 7. Conclusion.....</b>   | <b>176</b>        |
| <b><i>Conclusion générale.....</i></b>   | <b><i>180</i></b> |
| <b><i>Bibliographie .....</i></b>  | <b><i>193</i></b> |

## Liste des tableaux

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tableau 1.</b> Typologie de réseaux sociaux mobilisés pour la création et le succès d'entreprises.....                      | 52  |
| <b>Tableau 2.</b> Les entreprises Haïtiennes à Montréal selon les grandes catégories.....                                      | 57  |
| <b>Tableau 3.</b> Résumé de l'échantillon des entreprises sélectionnées selon la catégorie-type.....                           | 60  |
| <b>Tableau 4.</b> Le statut matrimonial des entrepreneurs selon le sexe .....  | 72  |
| <b>Tableau 5.</b> Répartition des répondants selon leur niveau d'étude et leur âge à l'arrivée .....                           | 73  |
| <b>Tableau 6.</b> Répartitions des répondants selon leur niveau d'études au moment de l'emploi et leurs premiers emplois ..... | 74  |
| <b>Tableau 7.</b> Entreprises étudiées selon leurs principales caractéristiques .....  | 84  |
| <b>Tableau 8.</b> Entreprises haïtiennes selon la dominante co-ethnique de la clientèle ou non.....                            | 92  |
| <b>Tableau 9.</b> Embauche dans les entreprises haïtiennes selon l'appartenance co-ethnique ou non .....                       | 92  |
| <b>Tableau 10.</b> Type de liens entretenus avec Haïti par les treize entrepreneurs interrogés .....                           | 158 |



## Remerciements

S'il y a un domaine où la loi du don – le principe de donner et de recevoir- s'applique indubitablement, c'est particulièrement dans le domaine du travail intellectuel. Il ne semble point avoir de travail intellectuel totalement individuel. La pensée est interactive. On ne sait jamais mesurer l'influence de la pensée de l'autrui sur notre manière de voir, de penser et de comprendre bien que l'originalité de l'auteur marque fondamentalement son individualité qui, elle-même, n'échappe guère à une fin collective. Le nous impersonnel employé dans ce mémoire témoigne de ma gratitude envers toutes celles et tous ceux qui ont soutenu mes démarches et ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Je suis redevable, en tout premier lieu, à mon Directeur, Monsieur Victor Piché et à ma Co-directrice, Madame Anne E. Calvès. Vous m'avez donné l'encadrement nécessaire et suffisant pour atteindre mon but. J'ai beaucoup appris de vous. Je vous remercie très cordialement. Autant que ma conscience vous retienne, je vous serai toujours reconnaissant.

J'adresse mes vibrants remerciements à la Banque Interaméricaine de Développement (BID) et au Japon qui ont conjointement financé mes études au Canada. Je présente une considération particulière au Directeur de « Japann-IDB Scholarship program », Dear Nohra Rey de Marulanda et aux consultantes Peggy Rosana Tsukakoshi et Sonia Yamakawa avec qui j'ai gardé contact pendant les deux années de ma bourse.

Je remercie également l'État haïtien via l'Office National de la Migration (ONM) pour le congé d'études qui m'a été octroyé. J'espère que cette étude autant que mes nouvelles connaissances puissent en être utiles.

Mes propos de reconnaissance s'adressent aussi au Directeur du CEETUM (Centre d'Études Ethniques de l'Université de Montréal) et à tout le personnel qui, dans le

cadre de la bourse de fin de rédaction qui m'a été octroyée, m'ont accueilli au sein de ladite institution. Je remercie spécialement Juliette Gosselin pour son aide précieuse dans la mise en forme du texte final. L'espace de travail mis à ma disposition m'a grandement profité.

Ma reconnaissance s'adresse particulièrement aux entrepreneurs qui ont participé à la recherche. Vous avez répondu volontiers à ma demande d'entretien et à aucun moment, vous n'avez pas marchandé votre temps. Je vous remercie. Si cette étude puisse être d'une quelconque utilité pour vous et la communauté, comme redonner un nouveau souffle à la coopération inter-haïtienne et à la mobilisation des ressources sociales, je serai grandement satisfait.

À Monsieur Pierre Joseph Ulysse, professeur à l'école de Service social, qui m'a offert l'opportunité de collaborer avec lui comme assistant de recherche, je présente ma reconnaissance. L'expérience m'a motivé à choisir ce sujet de recherche.

À mon ami Ilionor Louis, étudiant au doctorat, qui m'a donné un support fort appréciable et qui a relu et critiqué toutes les versions de mon travail jusqu'au texte final, je dis mille mercis. Je remercie également mon amie Emmanuella Julien, étudiante en soins infirmiers, qui m'a aidé à retranscrire les verbatim. Je songe aussi à Robert Jean, étudiant de maîtrise pour la relecture du texte et ses judicieux commentaires.

Enfin, je m'incline devant le support de ma famille et des proches parents. Je remercie infiniment ma compagne Ermion Pierre. Votre support moral, spirituel et matériel m'a toujours été excellent. J'en suis fort reconnaissant. Croyant que ce mémoire puisse vous apporter une quelconque compensation ou satisfaction, je vous le dédie.

## Introduction

Avec une diaspora forte de plus de 2.5 millions de personnes constituée de vagues migratoires successives allant de 1915 à nos jours, soit le quart de la population nationale, Haïti figure parmi les principaux pays d'émigration du monde. Les auteurs font souvent référence aux « boat people » haïtiens considérés comme un cas classique d'émigration. Bien que l'insertion économique des migrants haïtiens soit objet de plusieurs études, rares sont celles qui se penchent sur la constitution d'un entrepreneuriat haïtien en diaspora. Celle-ci est l'objet de cette étude. Elle porte sur *l'insertion par le travail autonome et le développement des réseaux sociaux haïtiens de solidarité au Québec*. C'est une étude de cas sur les entrepreneurs haïtiens de Montréal. Nous voulons scruter le processus de création d'entreprises haïtiennes allant du début des années 1980 à 2004. Il s'agit de comprendre à travers la trajectoire sociale d'insertion des immigrants et des descendants d'immigrants comment se fait le passage du travailleur migrant à celui d'entrepreneur ethnique et quel en est le principe directeur, c'est-à-dire la logique sociale qui sous-tend le développement de cette économie de diaspora. Nous questionnons la formation et la place de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal dans la construction d'une communauté diasporique, c'est-à-dire comment se fait la liaison entre la collectivité immigrante et le pays d'origine. La question de recherche porte sur la reproduction et le développement de réseaux haïtiens de solidarité et son rôle dans l'entrepreneuriat haïtien. Elle vise à répondre aux questions suivantes. Y a-t-il des réseaux de travail autonome qui insèrent les nouveaux migrants haïtiens? Quel est le profil des haïtiens qui se lancent dans l'entreprise ethnique? Quels sont les réseaux sociaux mobilisés à cette fin par les entrepreneurs immigrants haïtiens du Québec? Autrement dit, sur quoi repose la création et le succès d'entreprises haïtiennes à Montréal? Qu'est-ce qui explique alors le faible développement entrepreneurial haïtien?

L'immigration haïtienne au Québec est objet de plusieurs études déjà assez anciennes. Les immigrants haïtiens sont généralement reconnus comme des

travailleurs migrants. On distingue la masse des travailleurs non qualifiés d'un groupe de professionnels et d'intellectuels souvent très qualifiés pour qui, la réussite sociale, est solidairement liée à une carrière professionnelle. En est-il un trait de caractère haïtien? Généraliser ce trait distinctif tend à occulter une dimension importante de la vie haïtienne. Haïti n'est pas une société salariale, c'est-à-dire dans laquelle l'insertion économique se fonde sur un emploi salarié. Moins de deux cents mille emplois existent dans l'économie formelle pour une population active de plus de trois millions de personnes (PNUD, 2002; Banque Mondiale, 1998). Cela sous-tend que la quasi-totalité de cette population vit du travail autonome ou de l'informel qui représente plus de 92% de l'économie haïtienne (PNUD, 2002). Autrement dit, si ce peuple a une riche et longue tradition de travail autonome, comment peut-il la perdre dans l'immigration ou au contact d'une société capitaliste développée? Étant donné que le travail indépendant s'accroît et devient légitimé dans les pays capitalistes développés depuis la fin des trente glorieuses, qu'est-ce qui expliquerait que l'insertion économique des immigrants haïtiens se dissocierait de cette logique en dépit du fait que l'immigration massive haïtienne et cette légitimation se trouvent coïncidées dans le temps et dans l'espace?

Aborder sous cet angle l'entrepreneuriat haïtien en diaspora invite à étudier la continuité ou non des pratiques sociales haïtiennes de solidarité dans le processus migratoire et les réseaux sociaux à travers lesquels cette solidarité se manifeste pour expliquer le faible développement entrepreneurial haïtien. Cette recherche vise les deux objectifs suivants :

1. établir la portée des réseaux dans la création d'entreprises haïtiennes et faire ressortir le type de réseaux qui sont mobilisés à cette fin;
2. relever les caractéristiques transnationales de cette économie et dégager son possible apport au développement économique d'Haïti.

Cette recherche est structurée autour de deux hypothèses. La première avance que, dans un milieu d'accueil relativement hostile à une minorité noire dite visible, c'est-

à-dire marqué par des discriminations sociales et raciales institutionnalisées, le développement entrepreneurial suit un processus d'intégration différenciée plus forte lorsqu'il s'articule aux structures médiatrices identitaires plus solidaires. Autrement dit, l'entrepreneuriat prend appui sur des réseaux médiateurs d'organisations identitaires autonomes qui sont activement impliquées dans les luttes sociales interethniques pour l'accès et le contrôle des ressources et la défense des droits des minorités. Lorsque ces réseaux sont inexistantes ou peu actifs, les immigrants sont peu aptes à mobiliser les ressources externes à leur groupe ethnique et à utiliser de manière optimum les ressources internes parce qu'ils sont faiblement solidaires et non producteurs de demandes sociales. La seconde postule que le développement entrepreneurial haïtien à Montréal s'explique par la conjonction d'un milieu social hostile et d'un faible potentiel de solidarité ethnique. Nous espérons qu'une telle recherche puisse, au niveau scientifique, contribuer à éclairer la problématique de la sociologie économique de l'immigration très peu étudiée au Québec et, au niveau pratique, produire une réception tant du côté des acteurs des collectivités diasporiques et de la société civile que de celui des autorités étatiques concernées.

Le texte comprend 5 chapitres. Le premier qui comprend cinq sections traite de la revue de littérature. Dans les deux premières sections, y est abordé le rapport entre migration et intégration économique : la place de l'entrepreneurship immigrant dans les rapports sociaux ethniques. Eu égard à la position subalterne qu'occupent les immigrants, nous mettons en rapport la crise du marché du travail et la légitimation du travail autonome dans les sociétés industrialisées contemporaines au cours des années 1970-1980 pour cerner le rôle de l'entrepreneuriat ethnique dans les rapports sociaux ethniques. Nous basant sur l'ethnicité comme rapport social de domination, nous déduisons une tendance de la sociologie économique de l'immigration à considérer l'entrepreneurship immigrant comme un « self-help » tandis que la littérature sur la sociologie des relations interethniques a tendance à mettre en relief les luttes sociales pour l'appropriation des biens rares. Au regard de ces deux sous-champs, l'entrepreneurship immigrant apparaît être une voie d'accès aux ressources sociales encastées dans le groupe et un moyen pour accéder aux ressources externes

ou bien rares. Sur ces deux angles, nous questionnons le faible développement de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal et l'utilisation des réseaux sociaux. Nous y consacrons deux sections : la problématique du cas haïtien et le contexte de la recherche.

Dans la littérature, l'entrepreneurship immigrant est considéré comme une fonction du capital social et des réseaux sociaux. Pourtant, des études telles que celles de Toulouse et Brenner (1992), Brenner, Célas et Toulouse (1992), principales études menées dans le milieu académique sur l'entrepreneuriat haïtien, concluent que la non utilisation des réseaux haïtiens caractérise l'entrepreneurship haïtien à Montréal. Aucune autre étude ne confirme ces résultats. Dans l'hypothèse de continuité du procès migratoire entre les pays de départ et d'accueil (Larose, 1985), il paraît moins vraisemblable que les Haïtiens n'utilisent pas les ressources ethniques vu que l'économie d'Haïti est à 92% informelle (PNUD, 2002) et qu'une économie informelle se base par définition sur des réseaux sociaux. Ce chapitre explore les questions citées ci-dessus qui n'ont pas encore de réponses ou des réponses sociologiquement satisfaisantes et qui dirigent la présente recherche. Il s'agit de savoir si le faible développement entrepreneurial haïtien, c'est-à-dire le faible rapport du nombre d'entreprises sur le nombre d'Haïtiens, la petite taille des entreprises et leur concentration dans les commerces de détails et autres secteurs économiques mous, est expliqué par l'utilisation inefficace des réseaux sociaux haïtiens, le manque de ressources de classes (capital financier et humain), des discriminations sociales et raciales institutionnalisées ou par la carence d'une culture entrepreneuriale haïtienne ou d'une combinaison de plusieurs de ces facteurs.

Suite à la problématique de l'entrepreneurship haïtien à Montréal, nous situons cette étude dans son double contexte d'émergence. D'un côté, il met en rapport les différents types de désavantages auxquels les immigrants haïtiens et les Québécois d'origine haïtienne se trouvent confrontés, lesquels favorisent une logique de prise en charge individuelle et communautaire à travers la création d'entreprises haïtiennes. Entre autres, les efforts qui sont faits pour résorber le chômage et la précarité

économique. De l'autre, il s'agit de diagnostiquer l'apport possible de la diaspora haïtienne de Montréal au développement économique d'Haïti compte tenu de la surdépendance de celle-ci par rapport à l'aide internationale.

La dernière section traite du cadre théorique de la recherche. La construction théorique s'inscrit dans la perspective du transnationalisme immigrant et se base sur trois modèles théoriques opposés de la sociologie économique de l'immigration : la théorie des ressources de classes/ethniques qui considère les différentes dotations de nature bourgeoise comme étant le facteur déterminant de l'entrepreneurship immigrant; le modèle de la marginalisation qui met emphase sur les discriminations sociales et raciales institutionnalisées; et le modèle de la solidarité ethnique qui se focalise sur la structuration de la communauté immigrante comme voies et moyens pour mobiliser les ressources sociales encastrées dans le groupe et comme facilité de coopération socioéconomique propre à ce groupe. Admettant, pour limites communes aux différents modèles susmentionnés, le fait de considérer l'entrepreneurship immigrant comme un « self-help », le chapitre est recentré sur la question des rapports sociaux ethniques de domination et des luttes sociales interethniques pour l'appropriation des biens rares. La théorie de la solidarité ethnique comme action collective en est le point d'appui.

Le chapitre 2 est consacré à la méthodologie générale de la recherche. Compte tenu que le travail autonome reste une question sensible, nous avons opté pour la méthodologie qualitative. L'étude porte sur un échantillon de treize entreprises qui ont été choisies dans les entreprises alimentaires, des salons de coiffures pour les femmes, les entreprises de taxi et du transport organisé, les entreprises de restauration et des loisirs, dans les média et les firmes de services professionnels qui sont les principaux domaines d'activités privilégiées par les entrepreneurs haïtiens.

Les trois derniers chapitres présentent les résultats de la recherche. Le chapitre 3 cherche à décrire, d'une part, le profil des entrepreneurs haïtiens et leurs motivations d'affaires et, d'autre part, les caractéristiques des entreprises échantillonnées. Il fait

ressortir les logiques communautaires et les stratégies individuelles qui gouvernent ces entreprises.

Le chapitre 4 fait le point sur la perception des entrepreneurs échantillonnés de la solidarité dans la communauté haïtienne et le poids de celle-ci dans leurs stratégies d'affaires. Il met en exergue les réseaux sociaux qui sont mobilisés pour la création et le succès des entreprises ainsi que les problèmes rencontrés qui pèsent sur la croissance des entreprises.

Le dernier chapitre décrit les caractéristiques transnationales des entreprises échantillonnées pour dégager la possible contribution de cette économie de diaspora au développement économique d'Haïti. Dans ce chapitre, sont analysés les liens familiaux transnationaux et leur potentiel de coopération économique. Autrement dit, nous cherchons à rendre compte si la création d'entreprises à Montréal aide à la création d'entreprises en Haïti. Mais au-delà de la question de coopération d'affaires entre les immigrants et les membres de leur famille en Haïti, l'analyse cherche à cerner comment les entrepreneurs interviewés interagissent avec les membres de leur famille rapprochés en Haïti pour faire face aux difficultés économiques diverses auxquelles ces derniers et, le cas échéant, la famille entière se trouvent confrontés.



## Chapitre 1

### **Migration et intégration économique : la place de l'entrepreneurship immigrant dans les rapports sociaux ethniques, une revue de littérature**

La migration est, par définition, la résultante des disparités ou des déséquilibres sociopolitiques et économiques entre les milieux de départ et les milieux d'accueil. Elle s'explique classiquement par le couple *Push/Pull factors* (les facteurs d'expulsion versus les facteurs d'attraction) (Domenach, 1995; Green, 2002; Rea et Tripiet, 2003; Louviot, 1991<sup>1</sup>). L'explication causale procède de la différence de capacité d'insertion entre les deux milieux. Les milieux de départ affectés par les facteurs *push* sont marqués par une faible capacité d'insertion et, inversement, les milieux d'accueil caractérisés par les facteurs *pull* sont ceux qui offrent une plus grande capacité d'insertion. Cette capacité d'insertion définit la réussite migratoire. L'émigration haïtienne au Québec en est un bon exemple. Les arrivants d'avant 1970 ont eu leur insertion professionnelle facile et sont considérés comme étant une migration réussie (Piché 1987; Larose 1985; Labelle, Larose et Piché, 1983; Dejean 1978). Selon ces auteurs, les arrivants d'après 1970 qui étaient moins ou peu qualifiés ont eu de sérieuses difficultés d'insertion. Toutefois, cet exemple a l'imperfection de limiter l'intégration économique des immigrants aux seules caractéristiques du groupe. D'autres facteurs influençant l'intégration économique des immigrants sont à rechercher dans la crise du marché du travail des pays capitalistes développés après les trente glorieuses et dans le traitement inégal des travailleurs.

Ce chapitre de revue de littérature a pour but de faire ressortir la position sociale des immigrants sur le marché du travail et les voies et moyens conduisant à leur intégration économique. Il comprend cinq sections. La première aborde la question de la crise du marché du travail et de légitimation du travail autonome dans les pays

---

<sup>1</sup>Pour Isabelle Louviot, les migrations résultent en général d'une rupture d'équilibre qui peut être politique, économique ou démographique (1991: 5).

développés. La seconde adresse la problématique de l'ethnicité et de l'entrepreneurship dans la dynamique d'intégration différenciée des immigrants au regard des rapports sociaux ethniques. En troisième lieu, nous discuterons de l'entrepreneurship immigrant au Canada avec l'emphase sur le cas haïtien pour faire ressortir des questions de recherche. La quatrième section traite du contexte et de l'enjeu de la constitution de l'entreprenariat haïtien à Montréal. La dernière section aborde le cadre conceptuel de la recherche.

### **1.1. Crise du marché du travail et légitimation du travail autonome dans les pays industrialisés**

L'insertion en emploi représente un enjeu majeur pour les sociétés industrialisées contemporaines. Cet enjeu a pour origine la restructuration de l'économie capitaliste survenue entre 1970-1980 provoquant la transformation du marché du travail. Cette transformation marque, pour des auteurs se situant dans les courants critiques à l'idéologie du tout marché, le déclin de l'emploi industriel de masse et la tertiairisation de l'emploi caractérisée par la flexibilité et la précarité (Sassen, 1992 : 129; Boltanski et Chiapello, 1999 :292-294; Mingione, 1998: 4)<sup>2</sup>. Boltanski et Chiapello expliquent, pour la France, ce changement par un déplacement dans la structure de production de la valeur ajoutée. Celle-ci ne trouve plus sa source principale dans l'exploitation des ressources géographiquement fixées, ni dans l'exploitation d'une main-d'œuvre au travail mais dans une organisation en réseau dans laquelle l'information est la source de productivité et de profit (Boltanski et Chiapello, 1999 :118-119). Pour eux, le « principe de flexibilité reporte sur les salariés, mais aussi sur les sous-traitants et autres prestations de services, le poids de l'incertitude marchande » (p.292).

---

<sup>2</sup> L'article de Saskia Sassen publié dans la *Revue Européenne des migrations internationales* aborde la question de l'émergence de l'entrepreneurship immigrant aux États-Unis en terme d'apparition d'une nouvelle bourgeoisie de centre-ville. Celui de Enzo Mingione paru dans *Sociologie et société* adresse la problématique du marché du travail dans les pays industrialisés en montrant comment la sociologie peut pencher à nouveau sur les facteurs sociaux au-delà du paradigme du marché. Le livre de Boltanski et Chiapello, pour leur part, se penche sur *le nouvel esprit du capitalisme* en partant du contexte français.

De son côté, le chercheur italien Enzo Mingioné (1998) décrit cette problématique comme une « crise de l'équilibre des régimes d'emploi » constituée par l'entrée des pays industrialisés dans une « phase d'excédent chronique de main-d'œuvre disponible ». La disparité entre les emplois et les aspirations des travailleurs en est la cause. Elle se caractérise par la hausse du taux de chômage et l'accroissement des emplois précaires insuffisamment payés pour intéresser les travailleurs. Son analyse a le mérite de reproblématiser l'insertion sociale par le travail sous deux angles nouveaux.

Premièrement, il en résulte « un déséquilibre qui affecte les modalités mêmes de la régulation des connexions entre les formes d'emplois et les conditions sociales d'existence » (Mingioné, 1998 : 5). Autrement dit, l'insertion en emploi ne garantit plus la reproduction des conditions sociales d'existence. Donc, elle ne permettra pas la réalisation de soi, en occurrence son intégration sociale. Et cela, les immigrants sont les plus affectés parmi les travailleurs (Boltanski et Chiapello, 1999 : 322, Sassen, 1992 : 131). Stephen et Kosack (1985)<sup>3</sup>, poussent plus loin la réflexion sur la situation des immigrants de l'Europe occidentale. Selon eux, les immigrants occupent une position inférieure sur le marché du travail et sont gardés dans cette position aux moyens des lois et des pratiques discriminatoires institutionnalisées. Ils forment ainsi une « strate inférieure qui mène à bien les travaux serviles et mal payés » (Castles et Kosack, 1985 : 114-115). En est-il différent en Amérique du Nord, notamment au Québec où l'exercice de certaines professions est protégé par des corporations?

Selon Christopher McAll et al. (2001) qui analysent la pauvreté au centre-ville de Montréal, c'est « en provoquant la dévalorisation des compétences et des qualifications traditionnelles que les mutations du marché du travail réduisent le niveau d'accessibilité des travailleurs au marché du travail et leur chance d'obtenir un autre emploi ». Il advient de sorte que le travail est moins perçu « comme l'espace central de socialisation et de réalisation de soi ». Ainsi les travailleurs se trouvent

---

<sup>3</sup> Le livre traite du rapport entre les travailleurs immigrants et la structure de classe au niveau de l'Europe occidentale.

dans une situation de précarité (McAll, 2001 :18). Pour l'auteure québécoise, Micheline Labelle (1995 :336), dans *L'ethnicité et enjeux sociaux*, « la segmentation du marché du travail au Québec et autres barrières (dévalorisation des diplômes, fermeture des corporations professionnelles ou de la fonction publique aux immigrants) contribuent à exclure des membres ethnoculturels de certains secteurs économiques et à les surreprésenter ailleurs ». Les immigrants ayant fait carrière dans ces domaines sont forcés de se reconverter ou se requalifier dans des professions socialement peu classées.

Deuxièmement, si la faible qualification paraît être la principale cause du phénomène, on ne peut « redresser la situation en augmentant le niveau de qualification sans déboucher sur une course sans fin pour acquérir une compétence minimale ». De ce fait, la valorisation des emplois flexibles et précaires est au centre des solutions innovatrices (Mingione, 1998 : 5). C'est ainsi que le travail indépendant (autonome) devient l'une des formes innovantes les plus soutenues et les plus prometteuses, très largement investie par les immigrants (Ma Mung, 1996: 213).

Le travail autonome ou indépendant a une frontière commune avec le salariat qui n'est pas toujours nette (Roy, 1998a :37). On établit souvent un *distinguo* au Canada entre travailleurs autonomes et entrepreneurs basé sur la volonté de pouvoir, de richesse, de notoriété publique et de dépassement de soi (Roy, 1998a :56). En 1998, le *Comité de Travail* sur le travail autonome a adopté la définition consensuelle suivante:

« un travailleur autonome est celui qui exerce une profession ou des activités commerciales seul ou avec d'autres, avec ou sans aide rémunéré. Il possède le libre choix des moyens d'exécution et d'organisme de son travail, fournit les outils et l'équipement requis, assume la majeure partie des tâches spécialisées et supporte les risques de profit et de perte découlant de son travail. Il peut exercer ces activités à son propre compte ou par le biais d'une société incorporée. Il se caractérise par un besoin d'autonomie élevé et un besoin modéré de pouvoir, d'enrichissement monétaire et de reconnaissance » (Roy, 1998 : 73).

En effet, le travail autonome<sup>4</sup>, souvent considéré comme un bon indicateur de la précarité du travail, a connu une croissance continue à l'échelle du Canada. Selon les données de L'EPA (Enquête sur la Population Active) de Statistiques Canada, les travailleurs autonomes passent de 1,1 millions en 1976 à 2,3 millions 2001 avec un sommet en 1999 (2,4 millions) et une légère baisse en 1986 (1,5%) et deux baisses consécutives de 1,6% en 2000 et de 4,3% en 2001 (Baucage et Najem, 2002 : 3-6).

Au niveau du Québec, le travail autonome a atteint 17% de la population active québécoise en 1998. Il s'est accru de 35% entre 1976 et 1989 et de 74% entre 1989 et 1998. Si la tendance est maintenue, les travailleurs autonomes représenteront 25% de la population active québécoise en 2010 (Filon, 2000 : 1).

Soulignons que les immigrants, et les hommes en général, ont la plus grande propension à devenir travailleurs autonomes (Roy, 1998b : 23-34; CCCI<sup>5</sup>, 1995 : 97-100). Alors que le pourcentage de travailleurs autonomes parmi les personnes nées au Canada s'élève à 8,5%, il atteint 12,3% chez les immigrants (CCCI, 1995 : 98). La tendance est à la hausse. Selon les données de l'ETI (enquête sur le travail indépendant), le taux de travail autonome chez les immigrant passe à 17,7% en 2002 (Développement des Ressources Humaines du Canada, 2002 : 17). Ainsi, l'émergence de l'entrepreneuriat immigrant coïncide avec la légitimation du travail autonome dans les pays industrialisés. L'accès inégal des deux populations sur le marché du travail global traduisant « l'évolution en sens inverse du taux de chômage » (CCCI, 1995) est un facteur déterminant de l'entrepreneurship immigrant.

---

<sup>4</sup> L'enquête sur le travail indépendant (ETI) distingue quatre catégories de travailleurs autonomes : les travailleurs indépendants par choix ; les travailleurs indépendants involontaires par faute d'un travail rémunéré et qui accepteraient un emploi rémunéré au salaire courant; les travailleurs indépendants découragés et les travailleurs indépendants adaptés par faute d'emplois rémunérés acceptés mais qui refusent un emploi rémunéré au salaire courant (Développement des Ressources Humaines Canada, 2002 : 31).

<sup>5</sup> Conseil des Communautés Culturelles et de l'Immigration

### 1.1.1 Des facteurs déterminants de l'entrepreneuriat immigrant

Bien que la situation de précarité et le chômage poussent les immigrants à s'établir à leur propre compte, d'autres facteurs déterminent l'émergence et le taux de travail indépendant par groupe dans les pays industrialisés. Saskia Sassen en trouve les causes dans l'apparition d'une nouvelle bourgeoisie de centre-ville aux États-Unis résultant de la double concentration de salaires : le haut salaire et le bas salaire. Celle-ci génère une demande pour des produits artisanaux et services de proximité, c'est-à-dire non issus de la production industrielle de masse. Dans ces créneaux de production, le travail à domicile est devenu une pratique courante (Sassen, 1992: 320).

Si l'apparition d'une nouvelle bourgeoisie citadine crée l'opportunité de s'établir à son propre compte ou force certains à le devenir involontairement, le capital social nécessaire à l'expansion de ces activités réside davantage, selon Sassen, dans les différentes communautés. Celles-ci rendent possibles :

« les réseaux par lesquels on peut trouver ouvriers, approvisionnement, capital et opportunités. (...) En cela, les communautés et les ménages d'immigrés peuvent être perçus comme possédant une forme spécifique de capital social. Mais cela ne devient capital social que lorsque certaines conditions rendant possibles sa matérialisation en tant que tel » (Sassen, 1992 :131).

Selon l'auteur, le capital social et les réseaux d'immigrants sont deux facteurs principaux qui favorisent l'entrepreneuriat. Que mesurent ces deux concepts? La conceptualisation du concept de capital social dans la sociologie de Bourdieu étaye le procédé par lequel ces conditions se matérialisent. Pour lui, le capital social désigne les acquis que les individus retirent de leur investissement dans des groupes donnés.

«C'est l'ensemble des ressources actuelles et potentielles liées à la possession d'un réseau stable de relations plus ou moins institutionnalisés de connaissance et de reconnaissance mutuelles, autrement dit liées à l'appartenance à un groupe. Ce réseau, en assurant à chacun de ses membres le soutien du capital possédé par l'ensemble du groupe, fournit à tous les «lettres de créance» qui leur donnent ses formes. Ces relations ne peuvent exister que dans la pratique, dans les

échanges matériels et (ou) symboliques qui contribuent à leur maintien »  
(Bourdieu 1986 cité par Lévesque et White, 1999 :28)

Donc, ce procédé s'inscrit dans le rapport d'implication des individus dans des groupes donnés et de reconnaissance de ces derniers par des pairs. Il renferme la potentialité de convertir des relations spécifiques en ressources utiles. Reprenant Portes et Sensenbrenner (1993); Portes et Landolt, 1996; Lévesque et White (1999 :29) soulignent que le capital social est porteur d'un potentiel d'effets positifs ou négatifs dépendamment de la nature des réseaux et des normes comportementales. Cela est dû au fait que les réseaux se fondent sur le principe d'exclusion et au fait que le capital social peut être monopolisé par certains groupes d'individus à leurs seules fins plutôt que de servir l'intérêt public.

Cela dit, les réseaux d'immigrants renferment une forme spécifique de capital susceptible de favoriser l'entrepreneursip immigrant. Mais quelles sont les conditions dont dépend leur mobilisation? Soulignons qu'un réseau est un ensemble de liens institutionnels ou de relations sociales contextuelles personnalisées qui se créent entre des individus sur la base de leur appartenance à un même ensemble social (Pizarro, 1999 ; Lemieux, 1976 ; Portes, 1995a). Selon Pizarro et Portes, les relations institutionnelles peuvent être d'ordre familial, communautaire-ethnique, culturel ou politique. Étant des ensembles d'associations récurrentes entre les personnes, ils constituent, selon Portes (1995a), les plus importants types de structures dans lesquelles les transactions économiques sont enracinées. Leur importance dans la vie économique est due au fait qu'ils sont des sources pour l'acquisition des biens rares, tels que le capital et l'information, et parce qu'ils imposent simultanément des contraintes effectives à la poursuite, sans restriction, du gain personnel (Portes, 1995 : 8). Selon Lemieux qui se situe dans la tradition de la théories des graphes de James Barnes (1954), ces réseaux ont des propriétés structurales qui sont celles de la multiplicité des connexions et des réactions en chaîne que cette multiplicité facilite et celles d'équilibration. La connexité renvoie à la possibilité d'aller d'un pôle à l'autre et l'équilibration, au jeu des alliances dans le

réseau ou plus généralement l'existence d'un ou de plusieurs pôles<sup>6</sup> (Lemieux, 1976 : 248-254). Se référant donc auxdites propriétés<sup>7</sup>, Portes trouve que les individus peuvent, suivant les caractéristiques des réseaux la position qu'ils y occupent, mobiliser une quantité significative de ressources (Portes, 1995 : 12). Car ils constituent généralement les cadres les plus immédiats influençant les buts et les significations des individus et les contraintes rencontrées sur leurs chemins.

Ainsi le capital social et son corollaire, les réseaux sociaux sont parmi les principaux facteurs déterminants de l'entrepreneuriat immigrant. Certains auteurs les décèlent dans les caractéristiques de la société d'accueil (Sassen, 1992, 1995; Maldinger et al., 1990; Trevor et McEvoy, 1992); elles résident pour d'autres dans les traits culturels de certains peuples (Ma Mung, 1992, 1994, 1996; Granovetter, 1995) ou dans la structure «solidaritaire» de certaines communautés immigrantes (Portes et Zhou, 1992; Portes, 1995; Werbner, 1999).

D'une manière générale, le travail indépendant émerge, à partir des années 1970-80, de la restructuration du marché du travail des pays capitalistes développées comme une « configuration problématique », pour reprendre Robert Castel (2002). L'entrepreneuriat immigrant est posé comme une fonction du capital social et des réseaux sociaux médiatisée par la solidarité ethnique (Portes, 1992), par les ressources de classe et ethniques (Light et al. 1995, 2000) ou par la structure d'opportunité (Waldinger et al, 1990, 1992). De ce fait, tous les groupes d'immigrants ne disposent pas de même niveau de capital social pour développer une économie ethnique qui dépend également de certains facteurs du milieu d'accueil. Certains groupes tels que les Chinois, les Italiens, les Libanais sont mieux pourvus

---

<sup>6</sup> Notons qu'un pôle est formé ou bien d'un seul acteur, ou bien d'acteurs entre lesquels toutes les relations existantes sont « positives » (amicales, coopératives, bilatérales, etc.). S'il existe plus d'un pôle, toutes les relations d'un pôle à l'autre sont négatives, c'est-à-dire inamicales, conflictuelles, unilatérales, etc.

<sup>7</sup> Portes décrit cinq dimensions qui diffèrent les réseaux sociaux et affectent directement le comportement économique des membres. Ces dimensions sont, dans l'ordre d'importance: la taille et la densité; la centralité relative des membres dont dépend le pouvoir; enfin, «clustering» (polarité) et «multiplexity» (multiplicité)<sup>7</sup> (Portes, 1995a : 9-10).



que d'autres et sont plus souvent objet de nombreuses études alors que d'autres en sont très rarement. C'est le cas pour les Haïtiens. Tous les groupes immigrants n'occupent pas une place égale dans les sociétés d'immigration. Le rôle et la place de l'entrepreneurship immigrant dans l'intégration des immigrants varient non seulement avec les groupes et parfois dans le temps et dans l'espace migratoire mais aussi selon l'approche théorique. Pour certains chercheurs, il s'agit d'un refuge ou d'une stratégie de survie pour les immigrants peu qualifiés (Borjas, 1990; Durnham, 1991 repris par Portes et Zhou, 1996); quelques-uns y voient une avenue pour accéder à la mobilité sociale ascendante et à l'autonomisation (Portes Zhou, 1992, Portes, 1996, 2003 et ses collaborateurs, Ma Mung, 1992, 1994, 1996, 1999); d'autres y voient plutôt la double exploitation des co-ethniques par les entrepreneurs co-ethniques et leurs fournisseurs blancs (Sanders et Nee (1987); Min (2000); Gibertson (1993, 1995).

Toutefois, si nous entendons par l'intégration économique, la combinaison du revenu d'emploi et du statut à l'emploi au regard du capital humain et de l'égalité de traitement sur le marché du travail (Renaud, Piché et Gingras, 1996 : 10-11), l'entrepreneurship immigrant reste au-delà des divergences théoriques l'une des deux voies d'intégration économique des immigrants. Cela revêt un enjeu fondamental pour tout le processus migratoire dans sa triple dimension individuelle et familiale, du pays d'accueil et du pays d'origine. C'est l'enjeu originel de l'immigration pour les immigrants eux-mêmes et les membres de leurs familles, affirment Bastenier et Dassetto (1993 : 211) dans *L'immigration et l'espace public*, dans la mesure où les décisions migratoires se fondent sur un objectif économique : un écart de revenu escompté et « une stratégie familiale, visant à diversifier ses sources de revenu, à minimiser les risques supportés par le ménage et à surmonter les obstacles qui l'empêche d'accéder aux marchés de crédit » (OCDE, 2000 : 219-20). En outre, l'intégration représente un enjeu pour le pays d'origine qui récolte un désavantage net en terme de perte de capital humain qu'il a produit mais susceptible d'être compensé partiellement par les transferts de devises qui en retournent (Schiff, 2000 : 24-26; OCDE, 2000 : 229; Gammal, 1987 : 112-113).

Lorsque le marché du travail est peu ouvert aux immigrants, c'est-à-dire quand il est inégalement accessible ou lorsque les emplois disponibles sont trop précaires pour permettre la reproduction des conditions sociales d'existence des travailleurs migrants et leur famille, la création des entreprises immigrantes demeure une voie privilégiée de survie ou de mobilité sociale. Il offre alors un cadre pour relire les rapports sociaux ethniques et les luttes sociales qui en découlent. Autrement, l'entrepreneursip immigrant met en exergue le mode de construction sociale de l'ethnicité.

## **1.2. L'ethnicité et l'entrepreneursip dans la dynamique d'intégration différenciée des immigrants**

Selon Winter (2004), dans *Max Weber et les relations ethniques*, l'ethnicité est la communalisation des relations sociales de type de «sociation» et une création surtout de la «communauté politique» produisant une forte solidarité collective (Winter, 2004 : 88). L'appartenance ethnique incite à l'activité spécifiquement politique en vue « d'influencer la direction d'un groupement politique, en particulier, l'appropriation, l'expropriation, la redistribution ou l'affectation des pouvoirs directoriaux » (Weber, 1971 : 57). En précisant la nature politique de l'activité politique, Weber cité par Winter souligne que celle-ci «renvoie à la mise en place des structures rationnelles («droits») pour assurer l'efficacité de la poursuite des intérêts collectifs à caractère «rationnel en finalité» (Winter, 2004 :89).

Dans les modèles explicatifs de l'entrepreneursip, la théorie interactive est la seule qui a mis l'accent explicitement sur le facteur politique et la nécessité de politiques publiques appropriées (Waldinger, 1992 ; Waldinger et al., 1990). Pourtant, un grand nombre d'auteurs de la sociologie des relations inter-ethniques ont mis en exergue les enjeux de l'ethnicité en tant que type de rapport social et processus de classement (Weber, 1971, 1980, 1986 ; Winter, 2004 ; Bastenier et Dassetto, 1993 ; Mcall, 1990, 1995, Gordon, 1964 ; Pettigrew, 1980). Ces enjeux sont l'infériorisation des exclus par la fermeture et la justification des privilèges du groupe dominant (Winter, 2004 :

87 ; Bastenier et Dassetto, 1993). Cette ethnicisation ou naturalisation des rapports sociaux, souligne Winter, rend infranchissable la différence de classe. Christopher McAll va jusqu'à définir l'ethnicité en terme d'inégalités sociales (Winter, 2004 :87).

Notons avec Bastenier et Dassetto que l'ethnicité n'est pas seulement un procédé de classement de la part d'un groupe dominant, elle est aussi auto-affirmative de la part d'une minorité, traduisant ce que Bourdieu appelle le retour du « stigmat ». C'est une forme de différenciation sociale s'amarrant sur trois composantes (stratification économique, inégalité politique et hiérarchisation culturelle). Car les groupes ne se conçoivent, soutiennent « qu'à travers un jeu d'imputations croisées à partir du moment où ces groupes participent à des enjeux de statuts et de pouvoir qui les ordonnent l'un par rapport à l'autre » (Bastenier et Dassetto, 1993 :173). En admettant avec R. Boudon que classes sociales et ethnicité sont des « notions ordonnées », Bastenier et Dassetto (1993 :146) soutiennent que « les acteurs ne se constituent en classes ou groupes ethniques qu'à partir du moment où ils sont engagés dans une lutte et participent en tant que groupes à des conflits de nature politique ».

De ce fait, le statut de l'économie immigrante ne doit pas être considéré seulement en comparaison des gains des différents secteurs du marché du travail mais doit intégrer la dynamique des luttes sociales interethniques pour la rendre raison. Autrement dit, l'entrepreneurship ethnique n'est pas indépendant des mouvements sociaux ethniques appelant à un traitement équitable sur le marché du travail et à la redistribution équitable des ressources sociales d'un pays donné, comme les luttes des noirs américains. C'est en ce sens que (1987) et Pettigrew (1980) placent, dans le contexte américain, l'ethnicité dans le registre du symbolisme politique qui combine régulièrement des contenus émotionnels à des intérêts économiques, sociaux et politiques (cité par Bastenier et Dassetto : 139).

Considérée dans le contexte du *welfare state* en rapport aux inégalités sociales et de la nécessité de les corriger, l'ethnicité porte au niveau de l'État la question d'allocation des ressources sociales. Elle devient le lieu de production et de

formulation des revendications sociales. La question d'égalité d'accès des individus aux moyens matériels posée jusque là sous l'angle de capacité et de mérite individuels (critères objectifs) est reproblématisée en terme de corrélation entre inégalité et appartenance sociale et /ou ethnique. Ce déplacement conceptuel contourne ainsi la rhétorique méritocratique en la notion de lien social de groupe de sorte que l'État devienne non seulement le reflet de la diversité sociale mais aussi ses causes (Basténier et Dassetto, 1993 : 138-39). Ainsi l'ethnicité contourne non seulement l'assimilationisme en permettant de reposer l'intégration sociale sous l'angle de lutte contre les inégalités et de voie différenciée de «citoyennisation». C'est sous cet angle qu'il convient de (re)cerner l'économie ethnique et le transnationalisme immigrant en rapport avec la dynamique d'intégration immigrante.

L'économie ethnique ne peut pas être séparée de la problématique de lutte contre les inégalités et du rapport au politique pour imputer à l'État et aux mouvements sociaux leur place essentielle. L'intégration effective des immigrants par la voie du travail salarié dans l'économie globale passe moins par les structures bureaucratiques étatiques, expliquent Basténier et Dassetto (1993 :139) que par l'engagement dans les structures médiatrices (syndicats, partis politiques, associations communautaires et religieuses, etc.). Un bon contre-exemple est donné par plusieurs auteurs québécois qui s'intéressent à l'intégration des jeunes québécois d'origine haïtienne. En dépit du fait d'une longue période de scolarisation dans les écoles multiethniques ou à dominante québécoise de souche, les jeunes interviewés se considèrent toujours comme non acceptés en fin du processus et choisissent leurs amis au sein de la population issue de l'immigration (Potvin, 1997 ; Labelle et al., 2001).

Nous avançons, par contrario, que l'intégration différenciée des immigrants implique des structures médiatrices identitaires (réseaux sociaux immigrants et ethniques) qui sont des lieux de production et de formulation des revendications sociales des groupes minoritaires. Il s'agit des formes d'organisations, de différents ordres, créées par des immigrants et des descendants, qui constituent les lieux de formation de la solidarité ethnique. Eu égard à leur position subalterne dans les rapports sociaux

ethniques, la notion de solidarité ethnique que nous aborderons dans notre cadre théorique permettra de mieux comprendre la question d'implication des immigrants dans les luttes sociales pour accéder aux ressources multiples et diverses dont dispose la société d'accueil. Autrement dit, la racisation sociale confère aux immigrants une position désavantageuse dans l'accès aux ressources. Ils peuvent difficilement s'en départir sans recourir à des actions solidaires organisées.

Eu égard à la discrimination sur le marché du travail, l'intégration économique dépend de l'origine nationale qui détermine en partie le statut à l'emploi et le revenu d'emploi (Renaud, Piché et Gingras, 1996 :16-17; Piché, 1997 :11); de l'existence de réseaux ethniques et familiaux pouvant favoriser ou défavoriser cette intégration économique; (Piché, 1997 : 10).

Deux voies sont alors ouvertes aux immigrants : l'insertion au marché du travail global dans lequel l'immigrant est engagé dans un processus de «citoyennisation» qui se réalise au croisement des structures médiatrices<sup>8</sup> (Bastienier et Dassetto, 1993 : 212) ou/et dans le champ de l'entrepreneuriat immigrant et ethnique (Ma Mung 1992, 1994, 1996; Light et al., 1995, 2000; Portes et al., 1992, 1995, 2003; Waldinger,1992; Waldinger et al., 1990), soit comme travailleur indépendant, soit comme employé co-ethnique où il s'engage dans un processus de reconnaissance identitaire et d'autonomisation qui n'exclut pas nécessairement la «citoyennisation». Ainsi l'entrepreneurship immigrant occupe une place centrale dans le débat sur l'insertion socioéconomique des immigrants (Peraldi, 1999). Les chercheurs se contredisent quant à son rôle et statut dans la quête d'intégration effective.

### **1.3. Entrepreneurship immigrant au Canada : le cas haïtien**

Le champ de recherche sur l'entrepreneurship immigrant est peu développé au Canada (Marger et Hoffman, 1992 : 968, CCCI, 1995 :95). Certains des travaux y

---

<sup>8</sup> Selon les auteurs, dans «aucun pays européen, l'espace civil ne se construit indépendamment de la médiation des groupes intermédiaires (organisations syndicales, les sociétés mutualistes, les partis politiques, les églises ou d'autres associations volontaires) qui agrègent les individus (...) Lorsque ces derniers sont trop limités, les immigrants tentent de mettre sur pied des groupements intermédiaires équivalentes qui leur sont propre», (p. 212).

relatifs visent surtout les personnes recrutées avec le statut d'entrepreneurs immigrant depuis leur pays d'origine (Gasse, 1991 :3 citant une étude gouvernement sur les entrepreneurs immigrants arrivés entre 1978-1984 ; CCCI, 1995 ; Simard, 1994). Le Conseil des communautés Culturelles et de l'Immigration (CCCI, 1995 : 26) souligne, toutefois, une tendance à la hausse des immigrants d'affaires depuis 1986 et un plus fort taux de travailleurs autonomes parmi les communautés d'origine autre que française ou anglaise et plus faibles parmi les minorités dites visibles. Ces études sur les immigrants entrepreneurs montrent que ces derniers ont bénéficié de l'aide gouvernementale (Simard, 1994 :50-53) ; Marger et Offman, 1992 : 980). Quant aux immigrants européens qui ne sont pas objet de discriminations raciales, ils n'ont pas rencontré des difficultés à s'impliquer dans les structures médiatrices (associations économiques et syndicales, sociales et politiques) et ethniques pour s'intégrer (Simard, 1994 : 64-65).

Les études s'intéressant aux immigrants en général (Razin et Langlois, 1996 ; Juteau et Paré, 1997) concluent que les immigrants ont une propension plus grande à devenir travailleur autonome. Selon Juteau et Paré les réseaux familiaux et d'amitié acquièrent d'importance seulement chez les immigrants. Razin et Langlois (1996 :724) arrivent à la conclusion que le travail autonome au sein des groupes non dominants n'est pas clairement lié aux structures d'opportunités et seraient plutôt influencé par les facteurs contextuels, c'est-à-dire, l'accès désavantageux aux emplois salariés et les ressources de classe et de groupes. Ils confirment que :

- le pays de naissance combiné avec l'ethnicité est le principal facteur affectant la propension au travail autonome quand celle de l'aire métropolitaine est secondaire ;
- le manque d'opportunités d'emploi alternatif et de compétition co-ethnique dans le secteur des petites entreprises incite au travail autonome dans les petites et non centrales CMA's ;
- le taux de travail autonome a influencé positivement le travail autonome au sein de certains groupes d'immigrant non entrepreneuriaux, particulièrement

mexicains, haïtiens, portugais, jamaïcains et d'Amérique centrale (Razin et Langlois, 1996 : 717-723).

Les études ci-dessus décrites arrivent à des conditions similaires quant aux facteurs qui influencent l'entrepreneuriat immigrant au Canada. Il varie selon les groupes immigrants. Une étude sur le travail indépendant au Canada, basé sur les données censitaires de 1981, atteste un taux de travail indépendant de 62.7 pour 1000 en général et révèle des proportions variables suivant les groupes ethniques :

« chez les groupes britannique et français, la proportion des travailleurs indépendants était respectivement de 59,1 et 48,5 pour 1000. Chez les groupes autres, elle était de 84.5 pour 1000. Les groupes ethnoculturels se situant au dessus de la moyenne sont par exemple les Chinois (72.9 pour 1000), les arabes et les Ouest-asiatiques (99.9 pour 1000) et les juifs (149.6 pour 1000). En bas de la moyenne : les noirs (26.2 pour 1000) ou les philippins (17.6 pour 1000) » (Labelle et Goyette, 1993 :69).

Les structures d'opportunités sont prégnantes ; la plupart des immigrants, en particulier ceux qui entrent avec le statut d'entrepreneurs, sont dotés de capitaux financiers, culturels et sociaux importants. Tandis que d'autres y sont parvenus à cause des discriminations existant sur le marché. Ce sont ceux qui doivent accumuler sur place pour devenir entrepreneurs. Les Haïtiens font partie de cette catégorie. Dans quelles conditions cette conversion se réalise-t-elle et comment le milieu y influence-t-il ?

### **1.3.1. Le cas haïtien au Canada**

Les statistiques canadiennes dénotent que les noirs, dont les Haïtiens, enregistrent le plus bas taux d'entrepreneurship, soit 3,4% en 1991 (Roy, 1998d :85), constituant ainsi la communauté «virtuellement» la plus pauvre au regard de la théorie des ressources de Light et al. (1995) qui stipule que le taux d'entrepreneurship reflète la polyvalence et l'abondance des ressources. Bien que l'intégration économique des Haïtiens au Québec a fait l'objet de plusieurs études, ils sont rarement associés à l'entrepreneurship. Les études menées à partir des données de recensement de 1986 et de 1996 classent les Haïtiens parmi les groupes immigrants non entrepreneuriaux (Razin et Langlois, 1996; Labelle et Goyette, 1993). Toulouse et Brenner (1992),

Brenner, Célas et Toulouse (1992), Célas (1991) sont, à notre connaissance, les premiers chercheurs dans le milieu académique québécois qui ont étudié l'entrepreneurs haïtien à Montréal. L'étude qu'ils ont réalisée en 1989 auprès de 53 entrepreneurs et 70 non-entrepreneurs a abouti à des résultats assez surprenants au regard des théories de l'économie ethnique en général<sup>9</sup>. Pourquoi et comment les Haïtiens de Montréal se lancent-ils en affaires? Selon cette étude, les professionnels haïtiens le font pour « valider leur intégration réussie » en s'associant à des « non Haïtiens ». Les arrivants d'après 1970, au contraire, vont en affaires pour accéder à la mobilité sociale. Par contre, la « non utilisation des ressources haïtiennes » et l'embauche des étrangers, c'est-à-dire des personnes non d'origine haïtienne, caractérisent cet entrepreneuriat (Toulouse et Brenner, 1992 : 18-19; Brenner, Célas et Toulouse, 1992). Comment un groupe non entrepreneurial, dans l'ensemble faiblement doté de ressources de classe (capital financier et humain) peut ne pas utiliser les ressources ethniques? C'est surprenant. Selon Toulouse et Brenner, les entrepreneurs haïtiens extraient leur capital des « subventions gouvernementales, et dans 65% des cas de la banque » (Toulouse et Brenner, 1992 : 17). Qu'est-ce qui explique alors le faible développement entrepreneurial haïtien? Pour ces auteurs, il s'agit de

« la situation politique et social en Haïti, où d'une part, une culture d'envie envers ceux qui ont réussi s'est développée qui s'appuie sur la peur des sorciers et des sorts, et d'autre part, les clivages sociaux entre les classes ont empêché la création d'une solidarité entre les immigrants issus de classes différentes » (Toulouse et Brenner, 1992 :18-19; Roy, 1998d : 85).

Cependant, Labelle et Goyette (1993)<sup>10</sup> qui cherchaient à cerner l'entrepreneuriat haïtien par le biais du discours des leaders communautaires rapportent les points de vue de ces leaders pour qui trois principaux facteurs jouent défavorablement contre l'entrepreneuriat haïtien au Québec :

---

<sup>9</sup> Il s'agit d'une recherche par questionnaire menée auprès d'un échantillon de 400 entrepreneurs et non entrepreneurs en 1989 dont 150 médecins et professionnels. 130 questionnaires ont été récupérés (par la poste) et 53 entrepreneurs et 60 non entrepreneurs ont participé à des entrevues. On compare les caractéristiques des deux groupes (Brenner, celas et Toulouse, 1992 :7-8).

<sup>10</sup> L'étude porte sur la perception des leaders d'origine haïtienne de la région de Montréal de l'intégration économique des Haïtiens. C'est une analyse des discours.



1. la continuité professionnelle des premiers migrants qui n'ont pas instauré les structures économiques qui auraient permis aux immigrants qui ont suivi de fonder des petites entreprises dès leur arrivée;
2. la non valorisation de l'esprit d'entreprise dans le système éducatif haïtien;
3. l'inexpérience et le manque d'expertise commerciale des immigrants haïtiens (Labelle et Goyette, 1993 : 68-81),

L'étude de Labelle et Goyette (1993) révèle un an plus tard que la résorption du chômage surélevé est l'une des fonctions que les répondants attribuent à l'entrepreneuriat haïtien.

Une étude réalisée en 2001 par une firme de télémarketing pour le compte du CDEC Centre-nord en vue d'un diagnostic de la communauté haïtienne de Montréal et des entreprises haïtiennes arrive à des résultats contraires. Selon ce diagnostic, on dénombrait 369 entreprises haïtiennes à Montréal dont 116 dans le Centre-Nord. Une proportion élevée d'un échantillon de 38 entreprises étudiées, soit 86,8%, embauche un à quatre employés mais 76,3% sont des entreprises individuelles contre 21,1% qui sont incorporées. Le capital de départ provenait de l'épargne personnelle dans 83,8% des cas. Aussi 60,5% de ces entreprises sont-elles des commerces extra-ethniques tandis que 87,5% ont des besoins financiers. Seulement trois (3) entreprises sur 38 ont bénéficié d'une aide financière ou des services-conseils. Deux d'entre eux ont reçu un crédit bancaire et l'autre, une aide au travail indépendant (ATI) (CDEC Centre-Nord, 2001). Néanmoins, les deux études mettent en relief un entrepreneuriat haïtien faiblement développé avec peu de capital financier. Selon les données du CEDEC- Centre-Nord, le rapport du nombre d'entreprises sur la population haïtienne correspond à un taux de 5,04 entreprises haïtiennes pour 1000 Habitants.

Il nous semble que la référence au vaudou, la « culture d'envie et la peur des sorciers et des sorts », soit une explication peu convaincante. Expliquer le faible développement de l'entrepreneurship immigrant haïtien, en général, et à Montréal en

particulier est d'intérêt sociologique étant donné que les Haïtiens de Montréal sont très peu intégrés économiquement et que la diaspora haïtienne en général est appelée à jouer un rôle important dans le développement économique d'Haïti. Ce rôle pourrait être celui de l'extension du marché intérieur haïtien trop exigu et peu solvable pour inciter la production nationale, celui de pourvoyeur de l'investissement productif en Haïti ou en matière de coopération d'affaires et celui de transfert de technologie incluant une maîtrise de la culture entrepreneuriale du capitalisme international (voir MHAVE, 1999). Dans l'hypothèse de continuité du processus migratoire entre les pays de départ et d'accueil (Larose, 1985), on doute fort que les Haïtiens n'utilisent pas les ressources ethniques vu que l'économie d'Haïti est à 92% informelle (PNUD, 2002) et qu'une économie informelle se base par définition sur des réseaux sociaux. Analysant l'émigration haïtienne au Québec et l'intégration économique des immigrants, Larose souligne que : « *la migration n'est plus un processus extérieur à la société d'origine; elle en révèle plutôt l'organisation socio-économique tout en opérant un véritable clivage entre ouvriers du dedans et ouvriers du dehors* » (Larose, 1985 : 82).

Il convient alors de questionner le rôle des réseaux sociaux dans l'intégration économique des immigrants haïtiens à Montréal étant donné qu'il existe une forte tradition de travail autonome en Haïti. Si le processus migratoire révèle l'organisation socio-économique du pays d'origine, il devrait traduire une tendance à l'insertion par le travail autonome dans la communauté haïtienne. Cette tendance serait beaucoup plus poussée chez les personnes peu qualifiées. Retenons, entre autres, que, de l'autre côté de la frontière canado-américaine, Laguerre (1984) a scruté la reproduction des réseaux sociaux haïtiens à New York et leur utilisation pour la création d'entreprises. Cela sous-tend l'existence d'un certain habitus d'affaires dans les couches populaires haïtiennes, c'est-à-dire d'un système de référence propre à ces groupes sociaux qui les prédispose au travail autonome lorsqu'ils sont confrontés à des difficultés économiques.

Le travail autonome ou l'entrepreneuriat immigrant désigne ici la création d'emploi dans l'économie ethnique. L'entrepreneur ethnique est vu comme un « mailleur »<sup>11</sup> dans le sens de Boltanski et Chiapello (1999 : 438) qui se sert de ses atouts propres pour mobiliser les ressources sociales encastrées dans le groupe d'appartenance et accéder aux ressources disponibles dans la société en général. Comment en est-il chez les Haïtiens au Québec? Bien que les Haïtiens ne soient pas reconnus comme entrepreneurs, il existe en Haïti des pratiques de mobilisation de l'épargne telles que des sociétés de crédit rotatif appelées « sangue, sol ou sabotaj » et un système traditionnel de prêt sur parole entre les personnes de connaissance basées sur des liens d'amitié ou de parenté, sur les relations de travail, de religion, de quartier ou d'associations diverses. Quoique ces pratiques soient peu documentées, elles peuvent être observées à différents niveaux de la société, aussi bien chez les couches populaires que chez les classes moyennes. Les fonctionnaires privés et publics font des «sol» pour payer leur loyer, construire une maison, acheter une voiture, etc. Le prêt sur parole est aussi une forme institutionnelle de la solidarité. Un travailleur autonome en Haïti est quelqu'un qui mobilise habituellement des fonds d'autrui comme fonds de roulement de son commerce. Selon un langage propre aux paysans haïtiens, il apprend à «déboucher des brèches pour en boucher d'autres», c'est-à-dire mobiliser l'épargne d'autrui pour honorer d'autres engagements tout en préservant sa bonne réputation. Ce qui décrit une tradition de réseautage. N'importe-il pas alors d'étudier la liaison possible entre la reproduction des réseaux sociaux et la création d'entreprises haïtiennes au Québec? Pour cela, la mise en lumière du contexte et de l'enjeu de la constitution de l'entrepreneuriat haïtien s'avère nécessaire.

#### **1.4. Constitution de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal : contexte et enjeu**

La constitution de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal s'inscrit dans deux ordres de problèmes : ceux propres à la communauté haïtienne de Montréal et ceux du pays

---

<sup>11</sup> Les auteurs mettent en exergue, dans une logique de la cité, les qualités de personnes qui réussissent dans le monde selon qu'elles soient mis au service du bien commun ou pour servir leurs intérêts personnels de façon égoïste, voire cynique. Faiseur (de réseaux) et mailleurs ont les traits qui font la grandeur dans la logique de la cité par rapport aux qualités et aux actions qui font la réussite dans un certain monde, c'est-à-dire, l'accès aux états supérieurs. Les deux personnages partagent l'essentiel, à cette différence, fondamentale dans la logique de la cité, que la réussite du faiseur ne profite qu'à lui, tandis que l'accès du mailleur aux états supérieurs profite à toute la cité et est donc un bien commun.

d'origine, Haïti, qui continue de produire des flux importants d'émigrants. Par contexte d'émergence de cet entrepreneuriat, nous entendons les différents types de désavantages auxquels les immigrants haïtiens et les Québécois d'origine haïtienne se trouvent confrontés qui favorisent une logique de responsabilité individuelle et communautaire haïtienne à travers la création d'entreprises. Cela dit, l'attention se focalisera, d'une part, sur le niveau d'intégration économique des Haïtiens au Québec et leur situation de vulnérabilité sociale et d'autre part, sur la nécessité de diagnostiquer l'apport possible de la diaspora haïtienne au développement économique d'Haïti par le biais de l'acquisition d'une culture entrepreneuriale immigrante originellement déficitaire<sup>12</sup>. Il s'agit de voir en quoi l'entrepreneurship immigrant est potentiellement approprié au développement de liens solidaires et structurés plus élevés avec Haïti que les autres domaines de coopération entre la diaspora et le pays d'origine.

#### **1.4.1 Contexte d'émergence de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal**

La constitution de la communauté haïtienne de Montréal remonte à moins d'un demi siècle. Elle est marquée par deux vagues successives de migrants appartenant à deux catégories sociales distinctes : les élites professionnelles et intellectuelles arrivées avant 1970 et l'émigration des couches populaires à partir des années 1970 (Labelle, Larose et Piché, 1983b : 82-83; Williams 1998<sup>13</sup> :125). La première qu'on estimait, entre 1963 et 1972, à «3539 professionnels fortunés» (Williams, 1998 : 105) est solidaire de deux moments de la mise en place et de la consolidation du régime dictatorial des Duvalier. La deuxième coïncide avec la décroissance de l'économie haïtienne sous ce régime et l'appauvrissement croissant des populations qui s'en suivaient (Banque Mondiale, 1998). En effet, le Conseil des Communautés Culturelles et de l'Immigration (CCCI 1995 :5) souligne qu'avant 1968, la

<sup>12</sup> Ce déficit de culture entrepreneuriale qui est dû à la non valorisation de l'esprit d'entreprise dans l'école haïtienne explique le faible développement d'entrepreneurship haïtien avancé par des leaders communautaires haïtiens de Montréal interviewés par Labelle et Goyette (1993).

<sup>13</sup> La première édition de ce texte a été publiée en anglais sous le titre Blacks in Montréal. Ce livre de démographie urbaine traduit par Pierre DesRuisseaux retrace la contribution des noirs dans cette société depuis plus de trois siècles.

«contribution d'Haïti à l'immigration québécoise était marginale pour devenir, dès 1973, l'un de ses cinq principaux pays fournisseurs des immigrants».

#### **1.4.1.1. Situation démographique**

En 2001, le Québec avait 706 965 immigrants sur 7 125 580 habitants. On en comptait 47850 immigrants Haïtiens<sup>14</sup>. Ils représentaient le troisième groupe juste après les Français et les Italiens respectivement (Direction de la population et de la recherche du MRCI, Mars 2004). Y incluant les Québécois d'origine haïtienne (37,07%), la communauté haïtienne totalisait 74850<sup>15</sup> personnes en 2001. En 2004, on estime à 125 000 le nombre d'Haïtiens vivant au Québec avec une forte concentration à Montréal (voir profil de la communauté haïtienne, site du Consulat Général d'Haïti à Montréal). Cependant, les chiffres officiels concernant la population noire de Montréal, haïtienne en particulier, furent objet de vives controverses dans les années 1970 et le recensement de 1981 fournit peu de renseignements en regroupant toutes les populations de descendance africaine sous la rubrique «Africain» (Williams, 1998 : 124-125). Déjà en 1981, certains estimaient à 40 000 (Williams, idem) la population haïtienne alors que d'autres sources l'estimaient à 37 210 en 1991 dont 93% habitaient le grand Montréal (CCCI, 1993 : 5). On admettait, toutefois, que la communauté haïtienne constitue à peu près la moitié de l'ensemble de la communauté noire du grand Montréal (Williams, 1998 : 125). Selon ce dernier, les professionnels haïtiens hautement qualifiés habitent dans les quartiers de la classe moyenne québécoise (West Island, la Rive-Sud, Westmount et Laval). Tandis que ceux des couches populaires et créolophones se déplacèrent rapidement vers le Nord, puis vers l'Est dans les quartiers ouvriers, en grande partie, Montréal-Nord, Saint-Michel, Saint-Léonard et Villeray (Parc-Extension/Rosemont), Saint-Léonard et le nord des Côtes-des-Neiges (Williams, 1998 :148-150). Ainsi la grande majorité des Haïtiens se concentre principalement à Saint-Michel, au centre Nord et à

<sup>14</sup> Consulat Général d'Haïti à Montréal <http://www.haiti-montreal.org/>

<sup>15</sup> [http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/pdf/com\\_haitienne.pdf](http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/pdf/com_haitienne.pdf)

Parc-Extension (CEDEC Centre-Nord, 2001) <sup>16</sup>. Dans l'ensemble, si les Haïtiens représentent au plan numérique une assez forte communauté, ils sont loin d'avoir la même importance sur les plans socioéconomique et politique.

#### **1.4.1.2. Situation socio-économique précaire**

Dans une étude sur la ségrégation sectorielle des travailleurs haïtiens sur le marché du travail pour son mémoire de maîtrise en économie à l'Université du Québec à Montréal, Périclès Jean Vernet (1987) a établi une relation similaire à ce que Williams faisait plus tard pour le logement. Il montra à partir des données du recensement de 1981 que les discriminations jouaient un double rôle en terme de maintien des inégalités de revenus et de ségrégation sectorielle et occupationnelle. Il trouva que 77,2% des travailleurs haïtiens étaient concentrés dans quatre secteurs économiques des plus désavantagés : manufactures (49,0%); transport (6,3%); commerce de détail (9,3%) et services médicaux (12,6%) (Vernet, 1987 : 69). Labelle et Joseph (1995) trouvent des résultats comparables calculés sur la base des données du recensement de 1986. Selon Labelle, 42% des actifs haïtiens occupés se trouvaient dans les industries manufacturières, 15,3% dans les services médicaux et sociaux, 6,4% dans l'hébergement et la restauration, 6,1% dans le commerce de détail; 5,5% dans l'enseignement et services connexes et 5,8% dans autres (Labelle, 1995 : 347). Alors que deux tiers des Haïtiens étaient concentrés dans les professions à faible qualification et se trouvaient au deuxième rang après les immigrants de l'Europe du sud, par contrario, 19,9% seulement d'Haïtiens avaient un emploi exigeant une qualification élevée et s'étaient classés à l'avant dernier rang (Vernet, 1987 :78).

Selon une étude du Conseil Permanent de la Jeunesse en collaboration avec le Conseil des relations Interculturelles en 2004, le taux de chômage des jeunes de 15-29 ans de la minorité noire se chiffrant à 20,7% représente quasiment le double de celui des jeunes du groupe majoritaire (10,7%) et dépasse largement celui des autres

---

<sup>16</sup> Étude sur la situation et les besoins auprès des entrepreneurs de l'arrondissement Villeray, Saint-Michel, Parc-Extension. On se base sur les données du recensement de 1996 provenant de statistique Canada.

minorités visibles (17,8%) (CPJ, 2004 : 44). L'étude ne mentionne pas le taux de chômage pour le groupe haïtien en particulier qui totalise environ la moitié de la communauté noire de Montréal. Toutefois, les Haïtiens ont le taux de chômage le plus élevé depuis les années 1980. On n'a constaté aucune tendance contraire. Il se chiffre 25,1% pour les Haïtiens en général contre 13% pour la population québécoise et à 44% pour les jeunes haïtiens montréalais de 15-24 ans contre 18,5% pour les jeunes montréalais en général (Labelle et Joseph, 1995 : 348).

Une enquête du Conseil de la communauté culturelle et de l'immigration, auprès de deux groupes d'hommes haïtiens (ceux arrivés au Québec durant leur adolescence ayant eu au moins cinq années d'études primaires ou secondaires au Québec (H1 = 160) et ceux qui sont arrivés à l'âge adulte et qui n'ont pas répondu à ce critère (H2 = 307) comparés à un groupe de 200 Québécois de souche ayant eu au moins 5 années d'études primaires ou secondaires au Québec), fournit d'autres indicateurs appréciables dans le même sens. Cette étude constate dans la communauté haïtienne, un grand déficit d'hommes par rapport aux femmes, 76 hommes pour 100 femmes alors qu'il était de 103 hommes pour 100 femmes chez les immigrants en général dans la catégorie 25-44 ans. En 1994, 25% des adultes nés en Haïti recouraient à la sécurité du revenu. De plus, la communauté haïtienne comptait la plus forte proportion de femmes monoparentales (36,4%) ayant au moins un enfant de 0 à 12 ans (CCCI, 1995 : 5-7).

En prenant pour indicateur d'intégration économique la détention d'un revenu annuel d'emploi de \$20 000, l'étude du CCCI (1995) conclut que seulement 34,5% des Haïtiens arrivés dans leur adolescence et 29,7% de ceux arrivés à l'âge adulte sont économiquement intégrés par rapport à 75,7% de Québécois de souche (CCCI, 1995 : 20). Mais les trois variables principales (expérience de travail au Québec, la scolarité acquise au Québec et la connaissance linguistique) n'expliquent dans l'analyse de régression qu'une faible partie de l'écart de revenu, ce qui sous-tend que d'autres facteurs structurent le rapport déséquilibré entre les deux populations. Ceci dit, des critères subjectifs auraient joué un rôle dominant dans la structuration des inégalités

sociales et de la marginalisation des minorités comme les Haïtiens. Alberte Ledoyen (1993 : 151-152), présidente de la Commission des droits de la personne du Québec, dans son intervention au 2<sup>ème</sup> colloque de l'Association des enseignants haïtiens du Québec, souligne que les champs de compétences et les pratiques discriminatoires sont deux facteurs qui influencent l'insertion économique. Faits aggravants, souligne-t-elle, les jeunes Haïtiens présentent la tendance la plus élevée au décrochage scolaire et une propension à s'orienter dans des domaines d'études non rentables. Plus qu'un simple effet des discriminations, ces faits révèlent des « institutions sociales dans lesquelles les règles qui gouvernent les pratiques incluant et excluant sont négociées » (Destreaneau et Salama, 2002 : 136) et qui ont déjà été dénoncées en 1988 par la commission d'enquête sur les relations entre les corps policiers et les minorités dites visibles, notamment les Haïtiens. Le rapport final montre que les jeunes Haïtiens se dirigent rarement vers les créneaux socialement rentables comme la fonction policière. Cela joue comme facteur dissuasif qui assure leur sous-représentation dans ces secteurs (CDP, 1988 : 188-192). Effet de paradoxe, Camille Messier (1993), sociologue de la commission de protection des droits de la jeunesse, admet pour sa part que les jeunes Haïtiens sont surreprésentés dans les centres de réadaptation, surpassant eux-seuls l'ensemble des autres Antillais noirs. Reliés à la pauvreté, d'une part et aux discriminations institutionnalisées, d'autre part, ces indices révèlent une communauté haïtienne socialement et économiquement précaire.

#### **1.4.1.3. Situation sociopolitique**

Au niveau de la participation et de la représentation sociopolitique, nous nous disposons de très peu de données par groupe ethnique. Cependant, les noirs en général sont parmi les communautés les plus marginalisées. Selon deux études de Carolle Simard (2000, 2003) portant sur la représentation politiques des groupes ethniques minoritaires et visibles, quatre principaux facteurs jouent défavorablement contre les minorités visibles : « le statut politique marginal, les discriminations politiques pratiquées à leur égard, le manque d'opportunité politique et le peu d'intérêts pour des candidats des groupes minoritaires » (Simard, 2003 : 1). En effet,



les minorités visibles occupent, aux élections de 1998, 8% des postes de conseillers municipaux de Montréal alors qu'elles comptent pour 20% de la population. De plus, il existe de fortes disparités entre les groupes. Par exemple, la communauté noire de Montréal a obtenu deux élus contre 8 et 9 élus respectivement pour les communautés juive et italienne. Pour une population haïtienne supérieure à celle des juifs, le rapport des élus est de 1 sur 8 (Simard, 2000).

Aussi la situation est-elle la même au niveau des organismes jeunesse. Selon l'étude du CPJ (2004) déjà cité, les jeunes des minorités visibles dont les jeunes Haïtiens qui connaissent une situation beaucoup plus précaire et marginale sont ceux qui ne sont pas représentés aux organismes jeunesse ayant le rôle d'interlocuteurs auprès du gouvernement québécois. Alors que les jeunes 18-19 ans représentent 40% des membres des «exécutifs» et des conseils d'administration des organismes jeunesse, ceux issus des minorités dites visibles qui représentent 34% des jeunes de la région de Montréal n'atteignaient que 7,6% de postes décisionnels de 36 des 54 organismes ayant leur siège à Montréal. Et dans le cas des noirs, il n'existe qu'un écart insignifiant entre ceux qui sont nés au Québec et les immigrants (CPJ, 2004 : 47-48). Il en est de même pour une institution aussi fondamentale comme la police où la présence de cette minorité n'est que symbolique (CDP, 1988 : 205).

En guise de synthèse de cette section, retenons que la situation de la communauté haïtienne de Montréal peut être décrite par un fort taux de chômage, un niveau d'exclusion élevé et par une forte concentration dans les emplois précaires ou atypiques. Ces emplois qui sont concentrés principalement dans les secteurs de services, de commerce de détail, les manufactures, etc., sont peu qualifiés et faiblement rémunérés. Quelques caractéristiques de la précarité d'emploi sont généralement le cumul d'emplois, l'emploi à durée déterminée, l'emploi à temps partiel, le travail autonome involontaire. Ainsi la plupart des Haïtiens sont classés parmi les travailleurs pauvres, vivant dans des ménages à bas revenu, c'est-à-dire au-

dessous d'un certain seuil de faible revenu<sup>17</sup> (Concialdi, 2004 ; Jackson, 2004; Bourhis et Wils, 2001).

C'est dans ce contexte marqué par la restructuration du marché du travail des années 80, correspondant à la grande récession économique provoquée par le déclin des chaînes de production de masse, recoupé avec l'établissement d'une main-d'œuvre immigrante haïtienne peu qualifiée, qu'on a vu naître à Montréal une économie immigrante haïtienne. Si les indicateurs ci-dessus présentés laissent présager une responsabilité communautaire et sociétale, il importe d'étudier l'enjeu de cette économie de diaspora pour Haïti.

#### **1.4.2. Diaspora comme enjeu pour le développement d'Haïti**

La diaspora désigne ici la pluralité des collectivités d'expatriés haïtiens et leurs descendants qui, pour des raisons diverses, entretiennent des rapports avec Haïti. Il s'agit le plus souvent d'un attachement identitaire ou de la manifestation d'intérêt pour une nouvelle Haïti. Dans la perspective du transnationalisme immigrant, le rapport de la diaspora avec la société d'origine est posé en terme de possibilité de récupération du capital humain émigré ou d'échange de compétences pouvant être profitable aux pays d'origine et de flux de transferts et d'investissement (Malmora, 1997 ; Nurse, 2002 ; BID, 2004). Dans le cas haïtien, le niveau de sous-développement du champ scientifique haïtien (Gilles, 1998) nous fait penser que l'entrepreneuriat immigrant transnational est le plus probant pourvu qu'il remplisse idéalement deux fonctions économiques fondamentales outre la facilitation d'une certaine issue novatrice à la crise de l'emploi qui affecte la communauté immigrante : la promotion de l'investissement au pays d'origine, l'extension du marché d'écoulement de la production nationale haïtienne au niveau du pays d'accueil. En effet, la Banque Interaméricaine de Développement (BID) distinguent cinq formes de

---

<sup>17</sup> Selon Concialdi dans « Bas salaires et travailleurs pauvres : tendances dans l'union européenne, ce seuil est égal à 60% du revenu médian dans l'Eurostat. Pour le Canada, Andrew Jackson, dans « Precarious Jobs and Social Exclusion » publié dans Canadian Labour Congress, considère le seuil de 2/3 du revenu médian, soit \$11 par heure. Selon lui, une famille canadienne de deux adultes avec enfants doit travailler 75 semaines par an à \$10 l'heure pour se maintenir au-dessus du seuil de la pauvreté (Jackson, 2004) [http://recherchepolitique.gc.ca/page.asp?pagenm=v7n2\\_art\\_o7](http://recherchepolitique.gc.ca/page.asp?pagenm=v7n2_art_o7)

contribution de la diaspora au pays d'origine : le transfert d'argent ou de marchandises; les dépenses touristiques; l'importation de produits provenant du pays d'origine; l'investissement direct dans le «small business» et le financement des activités de développement via les associations philanthropiques de type régional (BID, 2004 :15). L'entrepreneuriat immigrant transnational ouvre ainsi la voie à une nouvelle économie de développement dans la mesure où il offre l'opportunité d'une « économie de diaspora » qui intègre l'économie du pays d'origine à l'économie globale du pays d'accueil (Schnapper, 2001: 25).

La croissance vertigineuse de la population diasporique et l'enlisement d'Haïti dans une crise sociétale séculaire ont atteint une ampleur conjoncturelle sans précédent. Depuis deux décennies la diaspora est émergée comme un enjeu social majeur. D'un côté, les remises des immigrants aux membres de leur famille constituent la première source de devise du pays, 977 millions de dollars en 2003 (BID, mai 2004 : 9), loin devant l'aide internationale publique. Ces flux sont non seulement indispensables à la survie de plus de 10% des ménages (IHSI, 2000), mais aussi à l'État pour équilibrer la balance commerciale et à l'économie en général pour éviter la banqueroute. Quant aux indicateurs sociaux, 76% de la population haïtienne vivent en dessous du seuil de la pauvreté absolue, définie comme un revenu de US\$ 2 par jour à parité de pouvoir d'achat et 56 % en condition d'extrême pauvreté avec moins d'un dollar par jour (Lundahl, 2004 : 2). Le taux de chômage est estimé à 60% en 1998 par la banque mondiale et à 80% en 2000 selon un rapport du congrès américain (Chossudovsky, 2004 :16).

Depuis 1990, la diaspora est entrée dans le débat public à travers la création symbolique d'un Dixième Département administratif désignant les expatriés et la création d'un Ministère des Haïtiens Vivant à l'Étranger (MHAVE) par les gouvernements d'Aristide. Depuis la chute du président Aristide, le Canada agite la question du rôle de la diaspora dans le développement économique d'Haïti. En décembre 2004, le gouvernement canadien a organisé, à cette fin, un «forum international de la diaspora d'Haïti» à Montréal.

Comment la diaspora haïtienne peut-elle soutenir plus efficacement des secteurs économiques vitaux du pays d'origine? La littérature montre que le secteur productif peut y trouver un marché solvable qui incite la production. Dans bien des cas, les ressortissants de la diaspora représentent une part importante des touristes qui visitent le pays et alimentent ce secteur économique traditionnel. Si de plus, les immigrants sont portés à investir au pays d'origine, la diaspora ne sera pas moins centrale dans la stratégie de développement des pays d'origine. Toutefois, la contribution spécifique de la diaspora d'un pays donné à celui-ci dépend d'un certain nombre de paramètres économiques, politiques et culturels qui caractérisent les rapports interrégionaux. Dans le cas haïtien, cette contribution peut dépendre de la réussite migratoire qui sous-tend l'acquisition d'une culture entrepreneuriale immigrante, la consolidation d'une «classe d'entrepreneurs immigrants transnationaux» et l'émergence d'un espace public diasporique. Ce qui suppose :

- la constitution, au niveau du pays d'accueil, d'une force socio-économique qui soit capable de drainer un flux d'investissements assez important vers Haïti;
- la capacité pour cette communauté diasporique d'entretenir, à travers la solidarité des immigrants avec les membres de leur famille vivant en Haïti, des investissements productifs familiaux ainsi que la promotion d'une culture entrepreneuriale qui équivaut à un transfert de technologie;
- la formation des collectivités diasporiques plus ou moins fortement organisées qui soient susceptibles d'influencer positivement la politique étrangère du pays d'accueil vis-à-vis du pays d'origine.

Une certaine comparaison avec la diaspora maghrébine en Europe soutient une possible contribution de la diaspora haïtienne. Selon Abdulkari, l'économie du Liban dont la démographie diasporique surpasse sa population nationale repose essentiellement sur le sens du négoce des libanais, la solidarité familiale et l'entrepreneuriat immigrant. L'apport économique de la diaspora libanaise au pays d'origine est remarquablement consistant. (Abdulkarim, 1996 : 29-30). Pour sa part, Jocelyn Cesari (1999) montre dans le contexte des pays du Maghreb que les

entrepreneurs (immigrants) maghrébins «ont un rôle et une fonction non négligeable dans les espaces locaux, dans la mesure où les bénéfices retirés de leur positionnement transnational sont réinvestis à la fois dans l'espace économique social mais aussi politique de la région d'origine » (Cesari, 1999 : 17). Si une certaine analogie est possible entre l'émigration haïtienne en Amérique du Nord et celles des Maghrébins en Europe, le rapport de dépendance d'Haïti vis-à-vis des puissances étrangères, d'une part, et le rapport du revenu de la diaspora sur le revenu national haïtien confère aux expatriés un rôle important dans la stratégie pour sortir le pays de la dépendance et dans la redéfinition de son rapport avec les principaux pays récepteurs d'immigrants haïtiens.

En 2001, l'exportation d'Haïti représentait un tiers de toutes ses importations tandis que le déficit de la balance commerciale s'accroît de manière régulière. Ce déficit structurel est compensé par le revenu de transferts migratoires qui passe de moins de 3% du PIB en 1995 à plus 17% en 2001 (Doura, 2001 : 356-57). Il s'en suit donc ce paradoxe. Haïti exporte des « produits primaires dont les prix se déprécient corollairement à la monnaie nationale (la gourde) ». De ce fait, elle ne produit pas ou peut et doit continuer à importer à un prix croissant (Doura, 2001 : 379). Par exemple, elle est devenue depuis 1990, le quatrième importateur de riz américain, après le Japon, le Mexique et le Canada (Chossudovsky, 2004 :17) alors qu'Haïti reste un petit pays agricole avec près de 75% de la population active travaillant dans l'agriculture (Souffrant, 1995). Quant à l'aide internationale, la tendance est à la baisse passant de 640 millions de dollars en 1995 à 181 en 2001 (Doura, 2001 : 446). Soulignons que, deux caractéristiques morphologiques de cette aide, restent, selon l'auteur, une concentration dans le secteur Aide et secours humanitaires (p. 428), d'une part et, près de 80% de cette aide retourne aux pays donateurs (p. 446).

Les conditions de négociation et de décaissement des prêts internationaux sont tellement problématiques que, la plupart du temps, le remboursement sur les engagements non décaissés avoisine le total du prêt. Au début de 2005, Haïti a payé à la Banque Mondiale \$US 52,6 millions d'intérêts sur les prêts non décaissés, soit

deux (2) milliards de gourdes près (Camille Charlemers pour le PAPDA, 4 février 2005; Radio Métropole, 7 janvier 2005). En contrepartie, cette banque lui a débloqué \$US 73 millions (Radio Métropole, 7 janvier 2005). Ces désavantages sur les prêts internationaux sont solidaires de la logique de l'endettement et de l'appauvrissement national. Haïti consacre 22% de ses dépenses publiques au service de la dette, précise l'économiste Camille Charlmers. Dès lors, la diaspora en est presque un recours probable pour compenser une politique nationale de développement. Il appert qu'il se produise, à l'échelle du pays, une attente sociétale vis-à-vis de cette diaspora qui se traduit au niveau social et humanitaire par le rôle percutant des remises sur l'économie domestique.

Dans cette veine, l'Amérique du nord, notamment le Québec, étant l'une des premières destinations des immigrants haïtiens en général et des plus qualifiés en particulier, est un milieu approprié pour mener de telles recherches et tester nos hypothèses.

### **1.5. Cadre conceptuel de la recherche**

Par cadre conceptuel, nous entendons l'ensemble des concepts repères auxquels on se réfère pour construire la réalité sous étude en liaison étroite avec une ou des approches théoriques choisies. Étant donné que nous situons l'étude de l'immigration haïtienne dans le double contexte de la collectivité haïtienne de Montréal et du pays d'origine, nous optons pour le transnationalisme immigrant comme perspective théorique généralisante. Selon Portes (2003) traitant de la théorie du transnationalisme, ce concept a une double connotation. Dans le sens de « from above », il désigne les activités gouvernementales et des corporations multinationales. Dans le sens de « from below » (du bas vers le haut), il traduit les initiatives citoyennes au-delà des frontières étatiques. C'est une perspective théorique qui vise à cerner l'immigration tant sur le point de vue des pays de départ que sur celui du pays d'accueil. Contrairement à la perspective associationniste qui met l'accent sur une dynamique de rupture avec le pays d'origine et l'acculturation de l'immigrant, le transnationalisme est axé sur la double appartenance sociétale de ce

dernier. Ce concept se réfère à la foi aux différents types de liens de solidarité avec le pays d'origine, aux circuits de circulation transnationaux et au processus d'intégration des immigrants dans la société d'accueil (Portes, 2003; Farist, 2000; Tarrius, 2001). C'est une perspective généralisante qui permet de combiner plusieurs des modèles explicatifs de la sociologie économique de l'immigration. Dans le cas de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal, la combinaison du modèle de la solidarité ethnique avec l'approche par la marginalisation et l'approche des ressources de classes versus ethniques dénote en toute vraisemblance une pertinence pour comprendre la réalité sous étude.

### **1.5.1. L'approche par la marginalisation**

Dans la tradition anglo-saxonne, Trevor P. Jones et David McEvoy (1992), soutiennent que l'entreprise ethnique se développe presque invariablement dans un contexte désavantageux comme moyen de circonvenir les obstacles sur le marché du travail, c'est-à-dire en réaction à un milieu hostile. Cet entrepreneuriat jouit d'un environnement plus propice dans le milieu où le racisme est maîtrisé plutôt que favorisé (Jones et McEvoy, 1992 :108-109). Ils s'opposent à l'explication culturelle comme étant la force motrice de l'entrepreneuriat ethnique. Ils privilégient le facteur d'environnement structurel externe dans lequel les procédés discriminatoires fonctionnent. Selon ces auteurs, deux facteurs expliquent la prolifération d'entreprises ethniques<sup>18</sup> « un resserrement aigu du marché du travail global (industrie textile, fonction publique) pour lequel la main-d'œuvre asiatique a été recrutée de toute urgence à l'origine; la croissance rapide de la population asiatique due en partie à une population jeune » (Jones et McEvoy, 1992:109).

Parmi les désavantages auxquels cette population d'entrepreneurs est confronté, ils citent: graves contraintes d'espaces et de secteur; sur-dépendance vis-à-vis d'une clientèle co-ethnique; profit minime; pratique de travail intensif et taux de faillite élevé; puis une tendance à être victime de la discrimination raciale dans les affaires

---

<sup>18</sup>Ils prennent l'exemple de Bradford, ville de l'ouest de Yorkshire où, entre 1990-1992, les entreprises asiatiques ont proliféré à une vitesse fulgurante.

en particulier de la part des clients mais aussi des banques (Jones et McEvoy, 1992 : 109). Pour ces auteurs, la chance de succès de ces entreprises est fonction de la localisation et du degré d'ouverture extra-ethnique du marché qu'elles desservent. Le degré d'ouverture s'étend de l'enclave ethnique (case A complètement fermée marquée par le besoin d'échappement) aux quartiers résidentiels à prédominance blanche (case B de type banlieusard), puis de la case C (mouvement hiérarchique ascendant, vente en gros dans une orbite régionale ou nationale) à la case D qui représente le marché complètement ouvert au point de vue ethnique. Pour eux, la localisation est un facteur déterminant de la performance des entreprises (Trevor et Mc Evoy, 1992 : 108-110).

Quant au statut de l'entrepreneuriat, des représentants américains, Pyong Gap Min (1990; 2000) dans ses études comparatives sur les entrepreneurs coréens et iraniens aux États-Unis et Sanders et Nee (1987), soutiennent la thèse d'une double exploitation. Même lorsque les entrepreneurs coréens ont réussi leur mobilité économique, avance Min, ils ne sont pas exempts d'un statut social inconsistent. Ils évoluent dans un climat d'hostilité interethnique et d'exploitation vis-à-vis des fournisseurs blancs. Mais Sanders et Nee (1996) explique aussi l'entrepreneuriat en fonction capital social familial. Pour elles, le famille-type (avec des adolescents et autres adultes) procure non seulement des produits tangibles (travail impayé) à l'entrepreneurship, mais aussi des produits intangibles (l'engagement mutuel, la confiance caractéristique de groupes solidaires).

L'approche par la marginalisation par l'accent qu'elle met sur le milieu social hostile est en partie adaptée à l'étude de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal. Nous servirons de cette approche pour construire notre guide d'entretiens. Nous poserons diverses questions relatives au milieu, aux motivations d'affaires, aux problèmes auxquels les entrepreneurs font face, aux choix des employés, à la clientèle, etc. Elle nous sera utile également pour expliquer la formation ainsi que la logique de structuration de l'économie immigrante haïtienne. Toutefois, l'approche par la marginalisation ne peut à elle seule expliquer l'état de développement de cet entrepreneuriat. Elle ne dit



rien concernant la provenance des capitaux de départ et les fonds de réinjection, par exemple. Pour de telles questions, l'approche par les ressources s'avère d'une grande utilité.

### **1.5.2. La théorie des ressources de classe/ethniques**

Ivan Light est le principal représentant de l'approche par les ressources. Cette approche met en avant les facteurs socioéconomiques. Pour celle-ci, c'est la combinaison des ressources économiques et culturelles, propres tant à la classe sociale qu'au groupe ethnique qui prédispose les entrepreneurs immigrants et ethnique (Juteau et Paré, 1997 : 131, Light et Rosentein, 1995; Light et Gold, 2000). Light et Rosentein (1995) dans une critique du modèle interactif soutiennent que l'interaction de l'offre et de la demande est le processus par lequel les ressources se relient aux demandes multiples qui existent dans les environnements. Quant aux groupes, ils diffèrent tant par la qualité que par la quantité de la demande de ressources qu'ils détiennent. Ce qui sous-tend que le taux de travail autonome d'un groupe donné reflète à la fois la polyvalence et l'abondance de ses ressources (Light et Rosentein, 1995 :171-172). Dans tel cas, le taux d'entrepreneurship immigrant serait inversement proportionnel au taux de pauvreté du groupe. Autrement dit, il dépend essentiellement des ressources propres du groupe de telle sorte que plus un groupe est pauvre, moins son taux d'entrepreneurship est élevé.

Selon Light et ses collaborateurs, les ressources de classe sont constituées par l'ensemble des dotations culturelles et matérielles relevant de la bourgeoisie comme la culture bourgeoise (modèles socialement orientés d'action) et la cohésion sociale de classe (réseaux sociaux bourgeois, multiplex basés sur l'école, les affiliations religieuses et matrimoniales, et la confiance exécutoire dérivant de la position sociale). Ces valeurs professionnelles et croyances façonnent les caractères typiques de l'entrepreneur qui inspire confiance en affaires. Ainsi deux types de ressources nécessaires à l'émergence de l'entrepreneuriat sont l'argent et l'éducation (Light et Rosentein, 1995 :170). Autrement dit, le capital financier et le capital humain sont

deux éléments qui expliquent le développement entrepreneurial dans un groupe donné.

Par contre, les ressources ethniques qui caractérisent le groupe entier sont des dispositifs socioculturels, susceptibles d'être utilisées activement ou passivement par les entrepreneurs. Les ressources ethniques incluent une culture ethnique, un encastrement structurel et apparenté, le capital social et les réseaux sociaux multiplex qui relient le groupe tout entier. Elles sont spécifiques ou d'utilité, c'est-à-dire, elles se rapportent à la production d'un avantage spécial dans un contexte particulier de demande et sont indépendantes des ressources de classe (Light et Rosentein, 1995 :170). Cela dit, si les ressources ethniques donnent des motivations pour la création d'entreprises ethniques, elles sont secondaires car l'argent et le capital humain font souvent défaut. Les auteurs concluent alors que la pauvreté et le désavantage créent un motif pour l'entrepreneurship sans fournir les ressources nécessaires (Light et Rosentein, 1995).

En accentuant sur le poids du capital financier et du capital humain dans l'entrepreneuriat, la théorie des ressources permet de prédire un faible développement entrepreneurial chez les Haïtiens indépendamment des motivations qui peuvent découler de leur situation discriminatoire sur le marché du travail étant donné que ce groupe est dominé par des travailleurs pauvres. Elle doit être nuancée parce que, d'une part, l'habitus d'affaires familiales de la plupart des Haïtiens des couches sociales populaires dans une société à forte tradition économique informelle comme celle d'Haïti peut revêtir une potentialité entrepreneuriale à la concurrence des dotations culturelles bourgeoises. Nous admettons avec Swedberg et Granovetter que le changement de milieu peut, dans certains cas, favoriser une conversion entrepreneuriale ou des pratiques qui, auparavant, n'existaient pas (Swedberg et Granovetter, 2001 :13)<sup>19</sup>. En ce qui concerne les ressources générales, s'il s'agit de l'argent, il ne peut être considéré uniquement sous l'angle des ressources internes au

---

<sup>19</sup> Dans l'introduction à la deuxième édition *The Sociology of Economic Life*, les auteurs traitent de l'encastrement de l'économie dans le social

groupe. De même que certaines ressources peuvent s'avérer inexploitées et peu utiles dans certains contextes alors que la synergie sociale peut en créer d'autres préalablement inexistants dans d'autres cas.

En effet, Waldinger (1992), Waldinger et al. (1990) et Boissevain (1992) montrent comment certaines politiques gouvernementales comme la dotation de licence peuvent favoriser ou défavoriser le développement des entreprises d'origines ethniques aux États-Unis, et particulièrement en Allemagne et aux Pays-Bas. Waldinger soutient ainsi l'entrepreneursip immigrant se situe dans un rapport social ethnique de domination dont les assises institutionnelles reposent sur des politiques publiques. Ces politiques constituent un enjeu social important pour les groupes sociaux et ethniques. Elles sont l'enjeu des luttes sociales en général et des luttes sociales interethniques pour l'accès aux ressources et leur contrôle ainsi que les institutions chargées d'appliquer ces politiques. Ces luttes pour l'accès aux ressources étant également au cœur de l'entrepreneursip, celui-ci peut être conçu non seulement comme la résultante des ressources proprement ethniques mais aussi comme l'expression de la capacité d'appropriation des ressources publiques par un groupe donné. Dans *La distinction*, Bourdieu (1979) explique ce processus par la capacité d'appropriation spécifique et la position dans l'espace socio-spatial.

« Les chances qu'un groupe peut avoir de s'approprier une classe quelconque de biens rares (et que mesurent les espérances mathématiques d'accès) dépendent d'une part de ses capacités d'appropriation spécifique, définies par le capital économique, culturel et social qu'il peut mettre en œuvre pour s'approprier matériellement et/ou symboliquement les biens considérés, c'est-à-dire de sa position dans l'espace social, et d'autre part de la relation entre sa distribution dans l'espace géographique et la distribution des biens rares dans cet espace » (Bourdieu, 1979 : 135-136).

La capacité d'un groupe à s'approprier d'une classe spécifique de biens rares étant déterminée par son capital économique, culturel et social, on peut dire que celle d'un groupe minoritaire se situe, d'une part, dans sa capacité de mobilisation des ressources sociales qui sont encastées dans le groupe (Lin, 1995) et, d'autre part, dans son rapport au politique qui structure sa capacité d'action collective, c'est-à-dire

la capacité d'agir ensemble pour défendre des fins spécifiques communes (Nielsen, 1995). Cette capacité d'action collective est le moyen par lequel cette minorité agit sur son rapport social racisé avec le groupe majoritaire. Dans cette optique, Roberts (1995 : 42-43), analysant la situation des Mexicains aux États-Unis, souligne que les explications qui considèrent seulement les différentes dotations d'un groupe sont inévitablement partielles, puisque l'utilité des dotations dépend non seulement du contexte économique, mais aussi d'un environnement social de support. Autrement dit, si l'entrepreneurship immigrant ou ethnique dépend également des ressources externes ou publiques que le groupe peut mobiliser à cette fin, le rôle des ressources de classes est moins déterminant que le pensent Light et ses collaborateurs. C'est ainsi que Pyong Gap Min (2000), dans le cadre d'une comparaison entre l'économie iranienne et l'économie coréenne de Los Angeles, transcende la dualité entre ressources de classe et ressources ethniques. Selon lui, la dotation en ressources de classe détermine le modèle d'entreprises en terme de type, de localisation et de taille. L'entrepreneurship immigrant ne dépend forcément de ressources ethniques que s'il s'agit de petites entreprises. Les ressources de classes sont primordiales pour développer de grandes firmes et des entreprises professionnelles (Min, 2000 : 731-732).

En somme, la théorie des ressources nous sera d'utilité pour comprendre la dynamique d'entrepreneuriat haïtien à Montréal et ses limites. Nous en sommes servis également pour construire notre guide d'entretien. Plusieurs questions relatives aux trajectoires sociales et migratoires des entrepreneurs, à la provenance de leur capital de départ, à leur formation seront posées. De même que l'approche par la marginalisation, le modèle des ressources restent muet sur les conditions de mobilisation des ressources encastrées dans le groupe ainsi que sur les mécanismes de luttes pour l'accès aux ressources externes au groupe. Le modèle de la solidarité ethnique est celui qui concourt à cette explication.

### **1.5.3. Le modèle de solidarité ethnique**

Pierre Rosanvaillon (1995)<sup>20</sup>, la solidarité comme « valeur » préfigure « une dette sociale » pouvant « s'exprimer à travers des transferts organisés et des procédures standardisés » qui prend aussi « nécessairement la forme d'un devoir individuel face à des personnes particulières » (Rosanvaillon, 1995 : 222). Nous inspirant de l'auteur, nous avançons que la solidarité comme valeur est le prix à payer par la société pour préserver la cohésion sociale et par les individus pour se nouer des liens spécifiques. Ce qui permet de dire que la solidarité « privée » est intrinsèque aux réseaux sociaux en tant que forme particulière de liens spécifiques. Dès lors, la solidarité ethnique apparaît comme un enjeu important pour l'entrepreneurship immigrant, qu'elle soit vue comme « soutien et entraide permanents » souvent relégué à la famille (Pitrou, 1987 : 208), comme type de coopération socio-économique intra-ethnique en vue de la mobilisation des ressources sociales qui y sont encastrées (Granovetter, 1995; Portes et Zhou, 1992; Ma Mung, 1996) ou comme action collective (Nielsen, 1985; Min, 2000 ), étant donné que l'entrepreneurship immigrant est fondamentalement lié à la mobilisation de réseaux d'immigrants. Ces trois dimensions sont retenues pour analyser le rapport entre solidarité et entrepreneuriat haïtien à Montréal.

---

<sup>20</sup> Dans *La nouvelle question sociale*, l'auteur présente une analyse de l'individualisation du social et du rapport de la solidarité avec l'État Providence.

### **1.5.3.1. Solidarité ethnique comme cadre de coopération économique intra-ethnique**

Granovetter, Ma Mung et Portes et ses collaborateurs sont des auteurs importants pour cerner la structure de la communauté immigrante et son rapport avec l'entrepreneuriat. Pour Granovetter (1995) et Ma Mung (1992, 1994, 1996) qui étudient respectivement l'économie des immigrants japonais aux États-Unis et celle des immigrants chinois en France, la structure « solidaritaire » des communautés respectives fournissent les ressources nécessaires au développement de l'entrepreneuriat. La forme d'adhésion organisationnelle ou les traditions migratoire et commerciale de chaque groupe sont les facteurs clés.

Granovetter met en rapport l'adhésion organisationnelle et la confiance pour étudier chez les immigrants japonais aux États-Unis la dynamique de création de petites entreprises immigrantes individuelles et familiales par opposition à de plus grandes entreprises. Selon lui, par un manque de solidarité qui peut surgir de diverses manières, les systèmes sociaux sont déficients en confiance. Ce manque de confiance parmi les individus et groupes a son origine, selon lui, dans le mode de recrutement des organisations communautaires. En comparant les noirs américains et les immigrants japonais, il apparaît que ce manque de confiance découle de la loyauté par adhésion multiple entre les organisations qui se concurrencent pour les membres (Granovetter, 1995 :134). Chez les groupes tels les japonais et les chinois où les organisations sont « ascriptives », c'est-à-dire, le mode d'adhésion est basé sur les origines plutôt que les préférences géographiques, les organisations communautaires forment les noyaux des associations de crédit rotatif qui fournissent le capital requis pour l'ouverture de petites entreprises et pour investir dans l'immobilier. Tandis que, chez les noirs américains, il trouve que l'adhésion volontaire était « ascriptivement » indépendante. Ce qui rendait plus difficile la création de la solidarité morale (Granovetter, 1995 : 140-142). Granovetter conclut que les modèles de solidarité de groupes donnent avantage aux immigrants et aux minorités pour la création d'entreprises. La stratégie basée sur la confiance et la responsabilité limitée est adaptée aux petites entreprises, mais dénote une barrière intégrée à l'expansion. Par

contre, l'appartenance ethnique et la parenté y jouent un rôle étonnamment grand (Granovetter, 1995 : 156-57).

Selon Ma Mung 1996 qui reprend André Orléans (1994, 1995), « la question de confiance est étroitement liée au fait que les protagonistes appartiennent à certains ensembles communautaires » (p.224). La production de la confiance implique nécessairement des médiations sociales permettant de prédire le comportement des autres agents dont les logiques sont radicalement distinctes des formes stratégiques. Elles doivent leur efficacité à la naissance d'un espace radicalement distinct de calcul et de l'intérêt. Ces auteurs distinguent trois formes de représentations selon le type de société. Il s'agit du contrat relevant de l'ordre juridique, le serment relevant de la divinité qui joue pour les relations intercommunautaires et la réputation qui médiatise la confiance des partenaires de réseaux dans le cas de l'économie marchande. Dès lors, la sanction applicable chez les Maghrébins et les Asiatiques, est la « fin de l'interaction » ou la « mauvaise réputation qui interdit les transactions ultérieures » (Ma Mung, 1996 : 225-226).

L'approche combinatoire de Ma Mung qui met emphase sur les facteurs externes aux groupes entrepreneurs tels la crise de l'emploi, l'évolution de l'appareil commercial et les facteurs internes dont les éléments sont la tradition migratoire et commerçante dans les pays d'origine, la prégnance de structures « solidaires » se traduisant par une forte capacité d'auto-financement et le renforcement de la présence immigrante qui joue doublement sur l'entrepreneuriat immigrant : l'augmentation des entrepreneurs potentiels et l'élargissement du marché intra-ethnique (Ma Mung, 1994 : 196-197).

Dans le cas haïtien, cette forme de coopération sociale et économique est problématique. Les organisations communautaires sont, en toute vraisemblance, moins porteuses à fournir des ressources financières. Ce modèle sera utilisé pour comprendre la structuration de la communauté haïtienne, la propension des Haïtiens à coopérer économiquement et pour étudier le rôle de la confiance versus la méfiance

dans le faible développement de l'économie haïtienne, en particulier le poids de l'individualisme à outrance et la non incorporation qui semble la caractériser. Ainsi différentes questions sur la solidarité, les supports matériels, financiers et intellectuels que les entrepreneurs auraient reçus pour fonder leur entreprise, sur les types de coopérations qui sont développés entre eux et leur partenaire d'affaires ainsi que la provenance des produits sont introduites dans le guide d'entretien. Nous retenons dans cette perspective la définition de Portes et Zhou (1992). Selon, eux, la solidarité ethnique revêt la forme d'une solidarité contrainte provoquée par un milieu discriminatoire. Elle désigne la référence constante des immigrants à consommer de leur pays d'origine, la préférence des travailleurs pour les emplois co-ethniques et le choix préférentiel des immigrants à investir avec des co-ethniques (Portes et Zhou, 1992 : 185). Bien que cette approche offre l'avantage d'une médiation entre la théorie et la pratique, elle ne permet pas toujours de saisir la solidarité ethnique quand les effets annoncés n'apparaissent pas.

#### **1.5.3.2. La solidarité comme action collective**

Dans sa Sociologie des mouvements sociaux, Érik Neveu (2002 :9-10) définit l'action collective comme « un agir-ensemble intentionnel, marqué par le projet explicite des protagonistes de se mobiliser de concert. Cet agir-ensemble se développe dans une logique de revendication, de défense d'un intérêt matériel ou d'une cause ». Min (2000) et Nielson (1985) se situent dans la perspective de la solidarité ethnique comme type d'action collective. L'apport de Min, pour sa part, consiste dans la différenciation entre l'attachement ethnique qui désigne la participation aux réseaux ethniques et la solidarité ethnique qui définit la capacité d'action collective du groupe pour défendre ses intérêts communs (Min, 2000 :712). Cette approche est avantageuse pour analyser les défis qui s'imposent à un groupe dans un milieu hostile indépendamment de la portée de l'économie ethnique. Cette approche a d'abord été théorisée par François Nielsen (1985) dans sa théorie de la solidarité ethnique. Ce type de solidarité est basé sur deux éléments essentiels : la formulation d'objectifs spécifiques ou des demandes définies par le membership et le degré de mobilisation



idéologique et organisationnel des membres du groupe pour l'implémentation des demandes sociales (Nielsen, 1985, 136-137).

L'originalité de cette approche repose sur l'implication politique de la solidarité ethnique et les rapports sociaux interethniques, entre autres, l'intersection entre l'ethnicité et la société englobante. Cette intersection est posée non en terme d'intégration idéologique comme l'adhésion aux valeurs dominantes mais plutôt en terme de production de demandes sociales et de négociation politique à travers l'action collective. Dès lors, le contrôle qu'un groupe exerce sur les événements tels que les élections devient un enjeu du jeu social. Selon l'auteur,

«la possibilité d'une théorie macro-sociétale de l'action collective, en général, et d'une théorie de résurgences ethniques en particulier, résulte des rapports systématiques entre les caractéristiques d'une société et le succès d'un groupe solidaire potentiel dans le recrutement des ressources de participation provenant de l'environnement social. La portée d'un groupe à recruter des ressources définit sa capacité d'implication participative dans l'environnement social (Nielsen, 1985 :138, notre traduction).

Cette capacité dépend de trois caractéristiques principales : 1) le potentiel organisationnel des membres (facilité avec laquelle le groupe peut disposer des ressources des membres et les affecter à la poursuite des buts collectifs); 2) l'homogénéité d'intérêts des membres vis-à-vis des événements (degré de similarité des moyens par lesquels les événements affectent les utilités des acteurs individuels); 3) le contrôle potentiel du groupe sur les événements (degré d'influence du groupe sur les événements, produisant un certain niveau de participation (Nielsen, 1985 : 139-40). Ces caractéristiques dérivent de trois éléments de base qui sont : la taille du groupe latent, les ressources dont il dispose et ses entrepreneurs potentiels (Nielsen, 1985 : 139). Le modèle postule un effet positif de la quantité de ressources dans le groupe latent à la fois sur le contrôle potentiel sur les événements et le potentiel organisationnel. La taille du groupe affecte positivement le contrôle potentiel qu'il puisse avoir sur les événements (tendances électorales, force physique) et négativement l'homogénéité des intérêts et le potentiel organisationnel. Aussi le

modèle postule-t-il un effet positif de la présence des entrepreneurs potentiels sur le potentiel organisationnel.

Pour lui, la solidarité ethnique est plus efficace que la solidarité de classe étant donné que plus un groupe est différencié, plus grand est son potentiel organisationnel et le contrôle qu'il exerce sur les événements. Cela peut avoir pour effet une plus grande capacité d'action collective basée sur l'ethnicité et en conséquence une plus grande rétribution sociale en terme de ressources économique (Nielsen, 1985 : 146). Étant donné que dans une société multiculturelle, les groupes subalternes occupent les professions mal payées et non pourvoyeuses de prestige social, ils sont peu portés à s'organiser et peu de ressources pour influencer les événements. La solidarité ethnique est alors cruciale et repose essentiellement sur l'homogénéité des intérêts (Nielsen, 1985 : 147).

Autrement dit, les ressources sociales, dont un groupe minoritaire peut bénéficier, dépendent des rapports sociaux ethniques. Mais la possibilité de modifier ces rapports passe par les luttes pour l'accès aux ressources sociales qui sont mobilisables pour l'entrepreneuriat ethnique ou immigrant par l'action des réseaux spécifiques activement impliqués dans les luttes sociales interethniques.

#### **1.5.3.3. Portée explicative de ces trois modèles : vers une combinaison**

En somme, ces trois modèles présentent de grandes différences. L'une insiste sur les dotations en ressources de classes, notamment le capital financier et le capital humain, et les habitudes d'affaires pré-migratoires qui déterminent le développement entrepreneurial d'un groupe donné en milieu d'établissement. Étant donné que les Haïtiens sont en général des migrants économiques ayant un faible niveau de capital humain, l'approche par les ressources prédit un faible taux d'entrepreneurship chez eux. Pour l'approche par la marginalisation, par contre, cette minorité noire devait faire face à un environnement socioculturel hostile. Les discriminations raciales et sociales institutionnalisées auxquelles ils sont confrontés les poussent à leur propre compte. Ainsi cette théorie prédit un taux élevé d'entrepreneurship chez les Haïtiens.

Ce qui n'est observé en réalité. Pour surmonter les contradictions entre ces deux approches, le modèle de la solidarité ethnique qui met emphase sur la structure de la communauté immigrante et les traditions entrepreneuriale, migratoire et organisationnelle des Haïtiens sera utilisé. Le mode de combinaison spécifique des variables «ascriptives» avec les variables du capital humain et du capital économique pré-migratoire entre en jeu. En d'autres termes, le modèle prédit une possibilité de compensation des ressources de classes par la solidarité ethnique, la création des institutions de crédit rotatif. Selon la formule de Portes et ses collaborateurs, elle résulterait d'une solidarité contrainte.

Cependant, ces modèles ne considèrent que les ressources internes aux communautés immigrantes. La question des rapports sociaux ethniques et de la mobilisation des ressources externes, notamment publiques, ne se pose pas. L'entrepreneurship immigrant est traité alors comme un «self-help»<sup>21</sup> dans le débat de la sociologie économique de l'immigration. Ainsi ce débat et celui portant sur la sociologie des relations inter-ethniques qui traitent des rapports sociaux ethniques (rapport de domination entre le groupe majoritaire et les minorités d'une part, et entre des minorités elles-mêmes) semblent s'exclure mutuellement jusqu'ici. Comment ces deux sous-champs s'interpénètrent-ils? L'approche de la solidarité ethnique comme action collective en mettant l'accent sur les luttes sociales pour l'accès aux ressources permet de situer l'entrepreneuriat immigrant dans les rapports sociaux ethniques et de générer une explication sociologique plus prometteuse.

### **1.6. Structures médiatrices identitaires et rapports sociaux ethniques**

Les structures médiatrices identitaires que nous appelons encore des réseaux médiateurs désignent les organisations de type professionnel, régional et associatif, y

---

<sup>21</sup> Selon Erik Neveu dans sa *Sociologie des mouvements sociaux*, un mouvement social se définit par l'identification d'un adversaire qui lui confère un rapport au politique, par opposition au « self-help », mouvement mutualiste et coopératif comme les « soixante-huitardes de communautés » (Bernard Lacroix, 1981) qui refuse l'affrontement frontal et cherche au sein du groupe les énergies et les ressources pour produire le « nouvel ordre de vie » (Neveu, 2002 : 10-11). Le politique réfère à « un mouvement qui fait appel aux autorités politiques (gouvernement, collectivités locales, administrations ...) pour apporter, par une intervention publique, la réponse à une revendication, qui impute aux autorités politiques la responsabilité des problèmes qui sont à l'origine de la mobilisation » (p.12).

compris celles des entrepreneurs qui sont activement impliquées dans les luttes sociales en général et les luttes sociales interethniques pour l'accès aux biens rares tels les ressources publiques et le contrôle des ressources sociales et la défense des droits des minorités. Ce sont des structures organisées qui sont appelées à générer une prise de conscience collective, d'où son rôle de médiation entre le communautaire et le sociétal. Autrement dit, ce sont des instances organisées qui produisent des demandes sociales, revendiquent une participation effective au niveau de la société d'accueil tout en étant branchée sur la société d'origine. Les luttes pour l'accès aux ressources ou pour leur contrôle dans lesquelles elles sont impliquées paraissent en définitive comme des formes de luttes contre l'exclusion des minorités d'appartenance, contre les discriminations sociales et raciales. Plus les groupes intermédiaires sont structurés plus nous attendons qu'ils imputent à l'économie ethnique un rôle intégrateur et transnational fort.

Le maintien d'une séparation analytique entre la sociologie des relations interethniques et l'entrepreneurship ethnique semble réduire la place de ce dernier dans l'intégration économique des immigrants en l'abordant comme un «self-help». On a tendance à écarter son rôle dans les luttes sociales interethniques pour l'accès aux ressources. Un groupe non entrepreneurial ou faiblement entrepreneurial peut avoir de faibles moyens de drainer des ressources publiques et un faible potentiel de négociation avec le pouvoir public comparativement à un groupe économiquement fort. Par exemple, la situation économique de la communauté noire aux États-Unis est sans doute liée à la dynamique de (re)distribution des ressources et de la capacité de ce groupe à formuler des demandes sociales. Il en est de même pour la communauté juive américaine. Le potentiel d'accès différencié de ces deux groupes aux ressources dépend de la dynamique entrepreneuriale de chaque groupe et de la portée des réseaux médiateurs qui le caractérisent comme, par exemple, le potentiel de lobbying et d'action collective de chacun d'eux. Ainsi l'analyse qui met l'accent uniquement sur les dotations personnelles d'un groupe et la coopération intra-ethnique est biaisée au niveau de l'abstraction des rapports sociaux de domination. Étant une voie différenciée d'intégration sociale, l'économie ethnique semble

dépendre en partie du développement des structures médiatrices identitaires qui déterminent la capacité d'appropriation de biens rares. Lorsque ces réseaux médiateurs sont inexistantes ou peu actifs, les immigrants sont peu aptes à mobiliser les ressources externes à leur groupe ethnique et à utiliser de manière optimum les ressources internes (encastrées dans le groupe) parce qu'ils sont faiblement solidaires et non assez producteurs de demandes sociales. Le groupe ainsi peut avoir des difficultés à gagner ou à gérer la confiance<sup>22</sup>. Si l'entrepreneurship immigrant s'explique en fonction du capital social et des réseaux sociaux, les réseaux médiateurs en ont un rôle doublement important en terme d'apports de capitaux. Ils peuvent constituer le lieu où prend forme la solidarité ethnique qui permet le contrôle des ressources encastrées dans le groupe et le lieu de production des demandes sociales qui donnent accès aux biens rares.

Nous référant aux différents réseaux sociaux repérés dans la revue de littérature qui influencent la création et le succès d'entreprises immigrantes, nous en distinguons quatre types selon leur nature: les réseaux familiaux; les réseaux d'amis; les structures médiatrices ou groupes spécifiques à vocation identitaire et les réseaux ethniques au sens large. Le tableau 1 en présente la typologie selon leur nature et leur apport en ressources sociales à l'entrepreneuriat.

Les réseaux familiaux, par exemple, peuvent générer des supports financiers appréciables (prêts, aides diverses, co-investissement), fournir des travailleurs familiaux, recruter des employés, etc. Les réseaux d'amis peuvent remplir des fonctions similaires. Elles peuvent aussi élargir la clientèle en y amenant des amis en chaîne et jouer un rôle fécond en matière de publicité de bouche à oreilles, de contacts avec autrui et de rencontres d'affaires intéressantes.

---

<sup>22</sup> Il nous paraît plausible d'explorer le poids de la confiance sur la coopération économique entre les Haïtiens dans l'hypothèse d'André Orléans (1994), reprise par Ma Mung (1996) qui suggère le rôle déterminant de celle-ci dans le dispositif économique immigrant.

**Tableau 1. Typologie de réseaux sociaux mobilisés pour la création et le succès d'entreprises**

| Réseaux<br>Ressources mobilisées      | Familiaux                           | D'amis                                   | Structures médiatrices ou<br>Spécifiques     | Ethniques                                  |
|---------------------------------------|-------------------------------------|--|--|--|
| Matérielles internes                  | Aide, prêt, travailleurs familiaux  | Aide, prêt, travailleurs, publicité      | Crédit rotatif, formation,                   | Ressources sociales encastrées; clientèle, |
| Matérielles externes                  |                                     |  | Demandes sociales<br>Crédit et prêt          |  |
| Relations sociales/<br>accès à autrui | Clientèle liée, travailleurs autres | Clientèle liée, Travailleurs recommandés | Clientèle, contrat de prestation, réputation | Publicité, réputation                      |
| Co-investisseurs                      | Associés familiaux                  | Associés                                 | Subvention et crédit institutionnel          |  |

Source. De l'auteur

Il en est de même pour les réseaux ethniques. Ces réseaux sont largement étudiés dans le cadre des migrations maghrébines en Europe. Selon A. Tarrius (2001), ces réseaux sont liés à une certaine tradition migratoire et commerciale parfois séculaire et fonctionnent selon des règles déterminées, notamment en matière de non respect des obligations. La réputation des entrepreneurs en dépend. Car il existe des mécanismes de répudiation, donc un pouvoir d'inclure et d'exclure. Toute chose égale par ailleurs, ils existent partout à des degrés moindres. Les réseaux médiateurs décrits ci-dessus permettent de structurer les demandes sociales venant des communautés ethnicisées, d'aménager le cadre de coopération économique entre des compatriotes. Ils sont surtout caractérisés par l'apport des ressources externes et la capacité du groupe à défendre les intérêts collectifs.

Le chapitre qui suit mettra en exergue les modalités d'application de cette construction conceptuelle. Il sera consacré à la stratégie générale de recherche.

## **Chapitre 2**

### **La méthodologie**

Ce chapitre est consacré au cadre méthodologique de la recherche. Il explique le processus de conceptualisation ainsi que les procédures et les instruments de collecte et d'analyse des données. Elle est articulée autour de quatre sections. La première explique et justifie la méthode d'enquête retenue : la méthode d'entretien qualitative. La deuxième concerne le choix du cas et de l'échantillon. La troisième aborde la question de méthode et technique de collecte des données. La quatrième section est consacrée à la méthode d'analyse.

#### **2.1. Méthode d'entretien**

Étant donné que notre recherche a un caractère exploratoire et qu'elle porte sur un sujet sensible (le travail indépendant des immigrants), nous avons opté pour une approche qualitative. Le travail indépendant, vu sous l'angle de l'économie informelle, du travail au noir, de l'économie souterraine dans les économies développées, a été très mal vu jusqu'aux années 1970-80 marquées par la restructuration du marché du travail et la flexibilité de l'emploi. C'est à partir de cette période que le travail autonome commence à être soutenu et valorisé par les grandes institutions internationales, par la prolifération d'ONG et par les gouvernants nationaux comme une alternative au chômage (Sanyal, 1999 :180; Valier, 2000 :144-147). De plus, le principe de déclaration de revenu obligatoire dans un pays comme le Canada peut rendre plus sensible l'étude de la pratique du travail indépendant en général et chez les immigrants en particulier. Cela motive le choix de la méthode d'entretien pour notre étude.

La méthode d'entretien revêt son intérêt méthodologique dans le sens qu'elle « ne cherche pas tant à vérifier des hypothèses posées a priori qu'à comprendre le fonctionnement interne de l'objet d'étude et à élaborer un modèle de fonctionnement

sous la forme d'un corps d'hypothèses plausibles » (Bertaux, 1997 :17-18). L'auteur soutient que le récit de vie orienté vers la forme de récit de pratiques qui se trouve en affinité profonde avec l'action en situation constitue le centre de gravité des nouvelles sociologies. Ce qui lui fait dire, qu'en ce qui concerne l'étude de l'action sociale, la forme appropriée est la forme-récit et la fonction des données n'est pas de vérifier des hypothèses préalablement élaborées mais d'aider à la construction d'un corps d'hypothèses (Bertaux, 1999 : 17-21).

Cela dit, notre démarche de terrain n'a pas été conduite par des hypothèses explicitement formulées. Toutefois, nous avons élaboré une problématique qui s'inscrit dans la perspective migratoire transnationale, c'est-à-dire dans une perspective de continuité avec le pays d'origine. Selon nous, qu'ils soient jeunes ou adultes, les immigrants haïtiens particulièrement ceux d'origine populaire sont arrivés avec une certaine expérience de travail et un habitus d'affaires qui modèlent ou influencent leur comportement économique et ils sont restés liés avec leurs proches parents en Haïti. L'émigration apparaît alors comme une stratégie familiale de survie et de mobilité sociale fortement valorisée. Pour faire face à des difficultés économiques, ils ont tendance à reproduire les formes et pratiques de solidarités courantes en Haïti telles que le « sangue ou sol », le crédit sur parole, les solidarités familiales. En conséquence, ces pratiques sont utilisées comme des atouts pour ceux qui sont devenus des entrepreneurs. Notre démarche de terrain a été alors guidée par des questions centrales qui dirigent la recherche. Comment se reproduisent et se développent les réseaux sociaux haïtiens de solidarité à Montréal? Y a-t-il des réseaux de travail autonome qui insèrent les nouveaux migrants haïtiens? Quel est le profil des Haïtiens qui se lancent dans l'entreprise ethnique? Quels sont les réseaux sociaux mobilisés à cette fin par les entrepreneurs immigrants haïtiens du Québec? Autrement dit, sur quoi repose la création et le succès d'entreprises haïtiennes à Montréal?

Comme la plupart des recherches sociales qui ne se construisent pas autour d'hypothèses explicitement opérationnalisées, notre démarche de terrain s'est



organisée autour de deux objectifs préalablement fixés qui orientent le choix méthodologique. Il s'agit de :

1. établir la portée des réseaux dans l'insertion des nouveaux immigrants et faire ressortir le type de réseaux mobilisés à cette fin et pour la création d'entreprises;
2. relever les caractéristiques transnationales de cette économie de diaspora et dégager l'apport possible de la diaspora au développement économique d'Haïti

Cependant, c'est au cours du terrain, au croisement de données de terrain avec des données documentaires que les deux hypothèses principales de ce travail ont été formulées. La première avance que, dans un milieu d'accueil relativement hostile à une minorité noire dite visible, c'est-à-dire marqué par des discriminations sociales et raciales institutionnalisées, le développement entrepreneurial suit un processus d'intégration différenciée plus forte lorsqu'il s'articule aux structures médiatrices identitaires plus solidaires. Autrement dit, l'entrepreneuriat prend appui sur des réseaux médiateurs d'organisations identitaires qui sont activement impliquées dans les luttes sociales interethniques pour l'accès aux biens rares, le contrôle des ressources sociales et la défense des droits des minorités.

Par l'intégration différenciée, nous distinguons un processus de « citoyennisation » basé sur l'insertion des immigrants dans les structures médiatrices contrôlées par le groupe majoritaire d'une dynamique d'implication citoyenne plus appropriée aux immigrants par l'entremise des structures médiatrices identitaires ou alternatives. Nous entendons par le développement entrepreneurial la dynamique de création d'entreprises et de diversification de l'économie immigrante. Plus la taille des entreprises et le rapport du nombre d'entreprises par la population de référence sont élevés plus le développement entrepreneurial est fort. Les biens rares ou ressources externes désignent autant les biens matériels et immatériels qui structurent les rapports sociaux de classe ou ethniques dont l'acquisition personnelle permet la

réalisation des désirs, confère la capacité d'influencer les décisions collectives ou publiques. La seconde postule que le développement entrepreneurial haïtien à Montréal s'explique par la conjonction d'un milieu social hostile et d'un faible potentiel de solidarité ethnique.

Le choix méthodologique, les objectifs de la recherche et les hypothèses étant explicites, la mise en œuvre de la recherche passe par la constitution d'un échantillon représentatif des entrepreneurs haïtiens à Montréal. La section suivante en fera le point.

## **2.2. Choix du Cas : le choix de Montréal et l'échantillon**

Par échantillon, nous entendons un certain nombre de cas ou d'entreprises devant représenter théoriquement l'ensemble des entreprises de référence. Nous avons opté pour l'échantillonnage intra-cas<sup>23</sup> qui permet de cerner la configuration de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal en procédant le plus souvent par effet de boule de neige. C'est un procédé qui permet « d'identifier de bons cas grâce à des personnes qui connaissent d'autres personnes qui connaissent des cas riches en informations » (Milles et Huberman, 2003 : 60).

### **2.2.1. Choix du cas de Montréal**

Montréal est choisi parce qu'elle est la principale destination migratoire haïtienne au Canada et l'une des principales destinations des migrants qualifiés haïtiens. De plus, le marché du travail canadien n'a pas toujours été ouvert aux noirs. Les immigrants noirs dont les Haïtiens ont souvent fait face au racisme et autres formes de discriminations sociales. Ce milieu social montréalais correspond bien à ce que nous conceptualisons comme un milieu hostile ou relativement hostile. Les minorités dites visibles font souvent face à des discriminations raciales et sociales dans le travail, le logement, etc. Certaines professions restent aujourd'hui encore fermées aux immigrants. Aussi l'admission de plus en plus grande des immigrants haïtiens, en

---

<sup>23</sup> Selon Milles et Huberman (2003 :61-62), l'échantillonnage intra-cas ou intra-site se base sur trois critères : un site (milieu montréalais), la représentativité théorique et la recherche d'une action itérative.

particulier les moins qualifiés au Québec correspond-il à la crise du marché du travail des années 1970 et 1980. Eu égard à la théorie de la marginalisation, il y a des conditions sociales objectives pour le développement d'un entrepreneuriat haïtien

### 2.2.2. Les entreprises échantillonnées

À défaut des statistiques officielles, nous nous sommes basés sur deux sources de données, les Bottins d'affaires haïtiennes<sup>24</sup> et une étude commanditée par CEDEC Centre-Nord (2001) pour nous faire une idée des secteurs d'activités dans lesquelles les Haïtiens ont investi. Ces entreprises sont situées en majorité dans le Centre-Nord de Montréal (Arrondissement Villieray-Saint-Michel-Parc-Extension). Notre échantillon a été choisi de manière à refléter la catégorisation des secteurs dominants. Ces catégories sont indiquées dans le tableau 2 tiré de l'étude du CDEC.

**Tableau 2. Les entreprises Haïtiennes à Montréal selon les grandes catégories**

| Entreprises commerciales        | Quantité/<br>Montréal | %            | Quantité/ Centre-<br>Nord | %            |
|---------------------------------|-----------------------|--------------|---------------------------|--------------|
| Salons de coiffures (H&F)       | 61                    | 22,8         | 24                        | 20,7         |
| Services professionnels         | 55                    | 20,6         | 14                        | 12,1         |
| Marchés d'alimentation          | 45                    | 16,9         | 12                        | 10,3         |
| Restaurants                     | 18                    | 6,7          | 4                         | 3,4          |
| Transport <sup>25</sup>         | 16                    | 6,0          | 8                         | 6,9          |
| Services immobiliers            | 15                    | 5,6          | 0                         | 0,0          |
| Services financiers /assurances | 15                    | 5,6          | 1                         | 0,01         |
| Agences de voyages              | 15                    | 5,6          | 9                         | 7,80         |
| Automobiles/Garages             | 14                    | 5,2          | 3                         | 2,60         |
| Habillement (conf./ vente)      | 13                    | 4,9          | 8                         | 6,90         |
| Total des 10 premiers           | 267                   | 72,3         | 83                        | 31,40        |
| <b>Total</b>                    | <b>369</b>            | <b>100,0</b> | <b>116</b>                | <b>100,0</b> |

Source : CDEC Centre-Nord (2001 :13)

Nous nous sommes basés sur cette classification pour constituer notre échantillon. Les choix reposent sur deux critères de base : la représentativité et une typologie d'entreprises ethniques de Ma Mung (1992)<sup>26</sup> qui tient compte du niveau de diversification de cette économie. La représentativité, selon Milles et Huberman

<sup>24</sup> C'est le Bottin Liberté Int'l 2000-2002 et 1997-1998

<sup>25</sup> Les chiffres sur le transport ne renferment pas le secteur taxi dans lequel les Haïtiens sont largement représentés.

<sup>26</sup> Cet article publié dans la Revue Européenne des Migrations Internationales est le résultat d'une étude sur l'économie chinoise dans l'air parisienne qui s'intitule « Dispositif économique et ressources partiales : éléments d'une économie de diaspora, la diaspora chinoise en occident ».

(2003), Bertaux (1997), Bourdieu (1993) repris par Jacques Hamel (2000), dépend non du nombre de cas choisi mais de la représentativité théorique du cas judicieusement choisi. Nous avons appliqué ce principe en tenant compte de la réputation, de la visibilité et du nombre d'années d'existence des entreprises, d'une part, et de la position sociale de l'entrepreneur, d'autre part.

Selon la typologie de Ma Mung (1992), la diversification des entreprises ethniques traduit le niveau de développement entrepreneurial. Il distingue trois catégories d'entreprises immigrantes selon les fonctions qu'elles remplissent:

- 1) les entreprises de commerce extérieur par opposition aux entreprises destinées à servir exclusivement une clientèle intra-ethnique, c'est-à-dire des entreprises ouvertes aux clientèles mixtes ou extra-ethniques;
- 2) les entreprises d'entretien et de reproduction identitaire sont les entreprises qui produisent des biens et services culturels servant à la reproduction identitaire d'un groupe donné comme les salons de coiffures, les entreprises de loisirs, etc.;
- 3) les entreprises d'amont ou d'appui sont des entreprises de distribution ou des firmes de consultation telles que les services juridiques et comptables qui desservent une clientèle ethnique particulière.

Nous avons sélectionnés treize entrepreneurs à partir de la typologie d'Emmanuel Ma Mung (1992) légèrement modifiée. Pour des motifs contextuels, nous y ajoutons une quatrième catégorie d'entreprises de transports comprenant le secteur taxi et les tours de voyages organisés (trajet Montréal-New York, par exemple) qui réfère à des différences près à «l'économie ethnique contrôlée» mais qui se rangent en fait dans la catégorie de propriété ethnique suivant la théorie dite centrale de Light et Gold (2000)<sup>27</sup>. L'industrie de taxi montréalaise peut-elle être considérée comme une

---

<sup>27</sup> Selon ces auteurs, l'économie ethnique se définit par deux critères : la forte présence d'employés co-ethniques et la propriété de l'entreprise devant être appartenue à des co-ethniques. Lorsque les immigrants exercent un contrôle organisationnel ou numérique sur un secteur économique dont les

« économie ethnique contrôlée » par les Haïtiens? Nous n'avons pu trouver les statistiques officielles par catégorie ethnique. Selon les chiffres fournis par le propriétaire d'une firme de taxi haïtienne interviewé, il y aurait 700 propriétaires de permis de taxi haïtiens et 2500 chauffeurs. De plus, les chauffeurs sont des travailleurs autonomes qui signent une « convention de garde » avec les propriétaires. La convention de garde est un type de contrat qui confère à un chauffeur les droits et prérogatives attribuables au propriétaire d'un permis de taxi. Les chauffeurs sont en quelque sorte propriétaire de leur entreprise. Ce qui n'appartient pas à eux, ce sont en général les compagnies de distribution d'appels dont leur taxi porte la bagnole. Nous avons introduit cette catégorie transport dans le modèle.

Notre échantillon comprend 13 entreprises minutieusement choisies dans les principaux secteurs de l'économie haïtienne de Montréal. Il compte deux salons de coiffure pour les femmes, deux entreprises dans le secteur des services professionnels, deux marchés d'alimentation et casse-croûte, un restaurant, trois entreprises dans le secteur de transport et de taxi, une firme d'assurance, un représentant des médias et une firme dans le domaine des loisirs. Chaque entrepreneur sélectionné est désigné par un nom codé haïtien et l'entreprise par le code «Xi entreprise». Le tableau 3 présente un résumé des entreprises constitutives de notre échantillon d'après le nombre d'entreprise par catégorie-type, la nature de ces entreprises et les critères de sélection.

En plus de ces treize cas, nous avons interviewé deux représentants des agences de transfert d'argent à titre d'informateurs clés. Ils sont exclus au nombre des cas choisis parce qu'ils ne sont pas propriétaires de ces firmes. L'une d'elles est la propriété d'une banque haïtienne.

---

propriétaires appartiennent à un autre groupe, ce secteur est défini comme une « économie ethnique contrôlée ».

**Tableau 3. Résumé de l'échantillon des entreprises sélectionnées selon la catégorie-type**

| Entreprises sélectionnées     | Nombre | Nature   | Critères de sélection   |
|-------------------------------|--------|--|---|
| <b>Catégorie d'entreprise</b> |        |  |   |
| Commerce extérieur            | 4      | 1. marchés alimentaires (2)<br>2. pharmacie 1  | 1. trajectoire sociale pauvre/ entreprise familiale incorporée<br>2. femme 2eme génération /secteur contingenté                                     |
| Reproduction identitaire      | 3      | 3. restaurant 1<br>1. salon de coiffure 1<br>2. salons de coiffure 2<br>3. loisirs 1 | 3. 2eme génération/ réseau professionnel<br>1. Femme<br>2. Femme<br>3. célébration fêtes ethniques/ grande taille                                   |
| Distribution ou appui         | 3      | 1. firme d'assurance 1<br>2. firme d'information et consultation 1<br>3. média 1     | 1. Profil d'insertion/ carrière professionnelle réussie<br>2. Activités transnationales<br>3. Publicité/ embauche des nouveaux immigrants qualifiés |
| Transport                     | 3      | 1. tour voyages organisés 1<br>2. propriétaire 1<br>3. firme de taxi 1               | 1. niche innovée<br>2. profil déqualifié/ secteur ethnique contrôlé<br>3. solidarité des chauffeurs de taxi   |

Source : échantillon de l'auteur

En rapport avec les objectifs poursuivis, ces cas explicitement définis et justifiés sont choisis pour révéler la réalité des entrepreneurs haïtiens dans les principaux créneaux ci-dessus mentionnés. Nous allons passer aux méthodes et techniques de collecte des données.

### 2.3. Méthode et technique de collecte des données

Cette section traitera des procédés de collectes de données. Plusieurs méthodes ont été utilisées : l'observation en situation, la prise de contacts directs avec des entrepreneurs et par téléphone, les entretiens semi-directifs.

### **2.3.1. Observation**

Durant l'été 2004, nous avons commencé à visiter des entreprises, notamment celles situées dans les artères Saint-Michel, Jarry, Pie IX et Bélanger. Nous avons eu des échanges à la fois avec des entrepreneurs et des clients haïtiens. Certains nous ont référé à d'autres entrepreneurs. En juin 2004, nous avons fait un prétest qui a été retranscrit intégralement et soumis à mon directeur et ma co-directrice. En outre, nous nous sommes servis des bottins des affaires haïtiennes pour prendre contacts avec les entreprises. En général, à l'exception de certaines difficultés pour trouver des rendez-vous, tout allait bien. Deux entreprises nous ont manqué des rendez-vous qui n'ont jamais eu lieu. L'une d'entre elle est un salon de coiffure pour les hommes que nous fréquentions depuis notre arrivée à Montréal.

### **2.3.2. Grille d'entretien**

La grille d'entretien est un instrument d'opérationnalisation d'une ou des questions de recherche pour les traduire en indicateurs vérifiables. Toutefois, contrairement au questionnaire standardisé, c'est-à-dire dans lequel les questions sont préalablement finalisées, la grille est une forme flexible qui s'ajuste avec la nature du cas bien que la question de recherche définisse le contenu ou la nature de ce l'on cherche. Autrement dit, les questions ne sont pas toujours les mêmes quand on passe d'un cas à un autre. Par exemple, les questions n'épousent pas nécessairement les mêmes formes quand l'interview concerne une agence de transfert d'argent, un salon de coiffure, un marché alimentaire, une firme de taxi ou une firme spécialisée (un cabinet d'avocat, un courtier d'assurance, etc.). Il en est de même pour le nombre de questions qui dépend du cas étudié et de l'abondance ou non de l'interviewé bien que la grille reste le canevas du chercheur.

Notre grille comprenait 28 questions réparties en quatre grandes catégories : 1) le profil des entrepreneurs; 2) les caractéristiques de l'entreprise : sa nature, ses caractéristiques ethniques ou familiales ou transnationales; 3) les réseaux de solidarité; 4) la solidarité communautaire ou ethnique, la solidarité familiale.

### **2.3.2.1. Profil des entrepreneurs**

Dans la catégorie profil de l'entrepreneur, nous avons cherché des informations précises concernant son parcours et son statut migratoires, son statut matrimonial, sa formation ou son capital humain, ses expériences de travail au Canada. Le parcours migratoire tient compte de la trajectoire sociale et migratoire de l'immigrant depuis le pays d'origine (Haïti). A-t-il migré d'une province à la capitale, de la capitale au Canada directement ou a-t-il transité d'Haïti à un autre pays, puis au Canada? Nous avons aussi scruté les informations relatives à son statut migratoire à l'arrivée ainsi que son statut migratoire actuel. D'autres questions portaient sur la date de l'arrivée et son âge à l'arrivée.

En ce qui a trait au capital humain, l'interviewé a été incité à parler de sa formation scolaire, professionnelle ou universitaire en Haïti, des diplômes obtenus et ses expériences de travail pré-migratoire, c'est-à-dire avant d'arriver au Canada. Quelles étaient les études faites au Canada et les diplômes obtenues? Par statut matrimonial, nous avons demandé des informations sur ses relations conjugales ou non et sur le nombre d'enfants.

Ces informations obtenues seront liées à deux autres questions pour permettre une analyse de la trajectoire sociale d'insertion de l'immigrant. Comment a-t-il trouvé son ou ses premiers emplois au Canada ? Cette question sous-tend le type d'emploi, le domaine d'insertion par rapport à la formation initiale; le(s) moyen(s) conduisant à l'embauche, c'est-à-dire si la personne a eu recours à des réseaux institutionnels comme les bureaux de l'emploi, les réseaux familiaux, ethniques ou d'amis. Enfin, comment est-il devenu entrepreneur? Autrement dit, quelles étaient les circonstances liées à ce choix et après combien de temps suivant son arrivée?

### **2.3.2.2 Caractéristiques de l'entreprise**

Par les caractéristiques de l'entreprise, nous entendons la nature et les spécificités des produits ou services fournis. L'entrepreneur en parle largement. Des questions



spécifiques relatives au capital de départ, aux chiffres d'affaires, à la clientèle et aux employés sont posées au fur et à mesure. Par exemple, est-ce que la clientèle est haïtienne, canadienne ou autre ethnique et dans quelle proportion? Quel est le nombre d'employés, leur sexe, leur profil? De quelle manière l'employeur les recrute-il? Entre autres, est-ce qu'il emploie des employés familiaux et combien, des employés autres qu'haïtiens et combien? Nous nous intéressons à savoir ce que l'entreprise représente pour l'entrepreneur et ce qu'elle est supposément représentée, selon ce dernier, pour la communauté haïtienne. Ces questions offrent l'opportunité de cerner les valeurs ou les attentes qui sont associées à l'entreprise.

#### **2.3.2.3. Réseaux sociaux de solidarité**

Nous avons opérationnalisé la variable en terme de supports divers dont l'entrepreneur a bénéficié pour créer l'entreprise ou pour la faire fonctionner. Plusieurs questions concernaient les supports reçus dans le passé et ceux qu'il continue de recevoir ou non. Nous avons demandé également des informations concernant l'action solidaire de l'entrepreneur envers d'autres entrepreneurs potentiels ou des partenaires d'affaires. Est-ce qu'il aide d'autres personnes à créer une entreprise et quel type d'aide accorde-t-il? Quel type de rapport a-t-il avec ses partenaires d'affaires ou sur quel principe se base leur transaction? Nous avons invités également chaque interviewé à nous parler de son réseau de contacts et de l'appartenance ethnique de ces contacts. Ces questions doivent être reliées à celles concernant la démarche d'emploi.

#### **2.3.2.4. Solidarité**

Nous avons abordé la question de la solidarité en terme communautaire ou ethnique, d'une part, et en terme familiale, d'autre part. L'aspect familial est largement abordé dans la catégorie caractéristique transnationale ou rapport de l'entrepreneur avec son pays d'origine. Quant à la solidarité ethnique, elle a une double acception. Il s'agit, d'une part, de la préférence des individus à consommer les services et biens produits

par des co-ethniques. D'autre part, dans le sens de l'action collective, c'est-à-dire la capacité d'agir ensemble, de mettre ensemble des ressources et de défendre des intérêts collectifs (Min, 2000; Nielsen, 1985). Une question générale a été posée sur la solidarité communautaire. Est-ce qu'il pense que la communauté haïtienne est solidaire? C'est la réponse obtenue qui ouvre la voie à d'autres questions. Dans quel sens est-elle solidaire ou n'est-elle pas solidaire? En quoi son entreprise bénéficie ou non de cette solidarité? Quels sont les problèmes rencontrés personnellement avec la clientèle haïtienne? Nous avons cherché aussi à savoir si l'entrepreneur est membre ou non d'une association d'entrepreneurs haïtiens ou autres; s'il en a connaissance de l'existence quelconque d'une ou s'il compte en être membre.

#### **2.3.2.5. Caractéristiques transnationales**

Dans le cadre de cette recherche, le transnational sous-tend : les rapports avec les membres de la parenté vivant en Haïti ou ailleurs; l'attitude de l'interviewé par rapport à la patrie d'origine. S'il se sent attaché avec elle ou non, s'il voyage régulièrement ou non; s'il envoie des transferts ou s'il investit ou commande des produits directement en Haïti.

Concernant les liens familiaux, nous demandions à l'interviewé s'il a encore des parents ou d'autres proches en Haïti. Parmi eux, est-ce qu'il y en a qui sont considérés comme des dépendants à lui ou qu'il soutient économiquement? En l'occurrence, est-ce qu'il envoie des transferts en nature ou en espèce, à quel moment et quel est le montant approximatif par envoi. Comment ses transferts sont-ils envoyés? Nous faisons de même pour les voyages. Est-ce qu'il voyage en Haït? Chaque combien temps et pour quelle raison? Pour les liens d'affaires, est-ce qu'ils ont des activités économiques en cours présentement et qui en sont responsables ? Est-ce qu'il pense à y aller investir. Si la réponse est positive jusqu'à quel montant dispose-t-il investir? Et s'il n'y pense pas, c'est pour quelle raison.

Enfin, nous avons posé quelques questions générales concernant le milieu québécois, le niveau de satisfaction. Est-ce que le milieu québécois lui a poussé à créer sa propre entreprise ou a contribué à la création de celle-ci? Pour la satisfaction, il s'agit de savoir, premièrement, si la situation économique est améliorée ou non avec le passage à son propre compte et, deuxièmement, le niveau de satisfaction générale de l'individu sur le parcours jusqu'ici.

### **2.3.3. Les entretiens et le traitement des données**

Nous avons réalisé en tout quinze entretiens enregistrés entre septembre 2004 et Janvier 2005. Quatorze d'entre eux ont été intégralement retranscrits. L'autre a été rejeté pour cause de défectuosité. Chaque entretien a duré en moyenne une heure de temps. Le plus court a duré près de 45 minutes et la plus longue environ deux heures de temps. Tous les entretiens ont été faits en français sauf un qui s'est déroulé en créole et a été traduit en français pour l'analyse. Dans tous les cas, l'interviewé avait le choix entre le français et le créole. La quasi-totalité des entrevues se sont déroulées dans l'entreprise du répondant à l'exception d'une seule qui a eu lieu à son domicile.

Pour traiter les données, nous n'avons pas utilisé des logiciels informatiques. Nous avons fait un travail artisanal en appliquant des recommandations de Milles et Huberman (2003)<sup>28</sup>. Après avoir résumé plusieurs centaines de pages des données brutes en une quarantaine de pages, nous avons créé sept matrices de données. L'une portait sur le profil des entrepreneurs. Il s'agit d'un tableau compilant toutes les informations sur l'entrepreneur. Chacun d'eux est codé xi en ligne et dans les colonnes se trouvent les catégories suivantes : le statut à l'arrivée, le statut actuel, pays de transit, situation familiale, niveau d'études, premiers emplois, son business (incluant la date de création), l'âge au moment de l'entrevue et une catégorie commentaire du chercheur. La deuxième matrice concerne les caractéristiques des entreprises : Xi en lignes désignant les entreprises et dans les colonnes se trouvent les catégories comme, la propriété individuelle ou collective, le capital de départ, les

---

<sup>28</sup> Matthew B. Milles et A. Michael Huberman (2003). *Analyse des données qualitatives*. Selon eux, la création de matrices de données ou tableau permet une mise en relation rigoureuse des catégories analytiques.

chiffres d'affaires, les employés co-ethniques, autres employés, clientèle, types de services, année de création et commentaire. Dans la troisième matrice portant sur ce que l'entreprise représente, entre autres, la représentation, les enjeux et le rôle de l'entreprise telle qu'elle est perçue par l'entrepreneur a quatre colonnes : les Xi, l'ancrage (qui peut être une expérience commencée en Haïti, un rêve, etc.), les enjeux qui peuvent être ethniques ou communautaires ou le prestige personnel et rôles, c'est-à-dire comment l'entreprise se projette à la communauté ou dans l'espace de visibilité interethnique. La quatrième matrice repère les discours sur les réseaux sociaux qui sont catégorisés en réseaux familiaux, ethniques, d'amis, groupe spécifique et aide à d'autres personnes pour créer leur propre entreprise, aide ou subvention publique. La cinquième matrice adresse la question de solidarité dans la communauté immigrante (familiale, entraide, communautaire, organisationnelle, la définition et la perception des acteurs de la solidarité haïtienne. La sixième matrice regroupe les discours portant sur la source de financement, l'environnement social externe (discriminations et racisme), l'environnement interne ou communautaire (les problèmes liés), stratégie et tendances observées. La dernière matrice se focalise sur le rapport des entrepreneurs avec Haïti (les caractéristiques transnationales). Les catégories mises en colonnes sont : le soutien familial ou transfert d'argent et de nourriture, commande de produits en Haïti, voyage et liens familiaux en Haïti, investissement en Haïti, perception d'attache avec Haïti et commentaire du chercheur. Ces matrices permettent d'avoir une vue rapide des données et de retourner facilement dans les verbatim. Dans chaque matrice, la mise en relation des catégories permet la confrontation ou la comparaison.

#### **2.4. Méthode d'analyse**

Comme nous l'avons vu dans la revue de littérature, les chercheurs se contredisent sur le statut de l'entrepreneuriat ethnique selon l'angle de vue théorique qu'ils l'abordent. Ces différents courants, souvent contradictoires, révèlent les caractéristiques du champ en terme de la sociologie bourdieusienne qui le considère comme le «géométral de tous les points de vue et des positions conflictuels» (Bourdieu, 2001 : 222) et qui fait de la structuration le principe même de la propriété

du champ. Ce faisant, dans l'entrepreneuriat immigrant ou ethnique vu comme champ, la structuration de ce champ définit la logique propre à ce champ, c'est-à-dire le principe d'organisation et du jeu d'intérêts conflictuels. L'intérêt alors d'une recherche exploratoire serait de découvrir cette logique structurante plutôt que de tester une hypothèse théorique. Étant donné que cette logique n'est pas une donnée mais un substrat organisationnel, s'enfermer préalablement dans une lunette théorique préférentielle et non dans une théorie centrale, donc parcellaire a pour risque de fourvoyer le chercheur. Le moyen d'éviter ce biais est de réunir plusieurs «œil théorique», à défaut d'une théorie centrale qu'on pourrait essayer de dégager en élucidant les propositions contextuelles sur une analyse en profondeur de la littérature du champ spécialisée, pour confronter les données de terrain. La théorisation ancrée est une méthode d'analyse des données (Glaser et Strauss, 1967; Paillé, 1994, 1996)<sup>29</sup> qui permet cette possibilité.

La théorisation ancrée est une forme inductive d'analyse basée sur la conceptualisation et la mise en relations progressives et valides de données empiriques qualitatives visant à générer une théorisation au sujet d'un phénomène culturel, social ou psychologique. Elle se fonde sur un examen systématique préalable et continu des données et s'inscrit dans une perspective de découverte plutôt que de vérification. Elle permet de tester plusieurs théories au lieu d'en choisir une. Autrement dit, elle vise plutôt à produire un corps d'hypothèses qu'à tester quelques-unes. Elle s'applique à l'étude d'un phénomène social dont on veut approfondir l'analyse théorique en restituant une certaine valeur de connaissance à la connaissance pratique des entrepreneurs.

Comment appliquer une théorie spécifique à un phénomène très peu étudié et peu connu, à un cas en exploration sans limiter sa vision de l'explorateur? En ayant

---

<sup>29</sup> Ce texte s'intitule *Discovery of grounded Theory*. Strauss et Corbin (1990) dans *Basics of qualitative Tesearch, Grounded Theory Procedures and Technics*, l'ont enrichi sur le plan didactique. Nous nous référons à deux de ses articles, "Qualitative par théorisation ancrée (analyse de contenu)" publié dans Alex Mucchielli (1996) *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines* et « L'analyse par théorisation ancrée » publié en 1994 dans *Cahiers de Recherche sociologique Critiques féministes et savoirs*

une distance intime avec diverses théories de l'entrepreneurship immigrant, la théorisation ancrée paraît adaptée à notre étude de cas dans le sens qu'elle devra permettre non seulement de décrire mais aussi d'expliquer la dynamique d'insertion par le travail autonome à l'œuvre dans la communauté haïtienne de Montréal et les réseaux sociaux qui favorisent « son succès » dans une économie capitaliste développée. Elle devra permettre de cerner la logique de structuration de cette économie immigrante.

En quoi consiste l'analyse par théorisation ancrée? Cette méthode d'analyse comprend six opérations : la codification, la catégorisation, la mise en relation, l'intégration, la modélisation et la théorisation. Mais trois sont essentielles.

La codification consiste en un examen attentif des données pour cerner par condensation, l'essentiel de ce qui est exprimé dans les entrevues. Elle représente une première analyse des données très proches du matériau empirique. Dans notre cas, nous avons fait un relevé de signification pour chaque entrevue. En occurrence, nous avons essayé de synthétiser les 15 à 30 pages de verbatim par entrevue en trois à cinq pages.

La catégorisation, selon Paillé (1996), est par définition l'activité fondamentale de la conceptualisation. La catégorie est l'outil privilégié pour faire émerger la théorisation par le maniement, le développement, la mise en relation. Pour étudier la déqualification, par exemple, nous repérons un ensemble d'expression : diplôme obtenu avant la migration, le nombre d'années d'équivalence obtenu, les premiers emplois, le retour aux études, la réorientation complète du domaine d'étude, le fait pour un postulant de « sacrifier son CV », c'est-à-dire d'abaisser son niveau de formation afin d'appliquer pour un poste. Toutes ces expressions se rapportent à la catégorie « niveau de qualification ». Certains peuvent renvoyer à d'autres catégories comme les discriminations. Mais ce dernier terme aussi est diversement exprimé dans les discours. On peut noter, par exemple, les termes se rapportant au défi – nous avons un défi plus grand que les autres, la

nécessité d'être « fonceur », les « gens ne nous aiment pas ». C'est le travail d'identification des mots ou expressions désignant, à un niveau d'abstraction, un phénomène culturel, social ou psychologique tel que perceptible par un corpus de données. C'est le point de départ d'un long travail de raffinement conceptuel et d'adéquation empirique. Il s'agit de questionner certains termes pour en avoir la signification.

La troisième opération fondamentale est la mise en relation. C'est l'opération de systématisation de l'analyse répond aux questions : ce que j'ai ici est-elle lié à ce que j'ai là-bas? En quoi et comment est-ce lié? Par exemple, le fait que tel immigrant (un ingénieur, un pharmacien, etc.) a été sélectionné depuis son pays d'origine dans le programme de travailleurs qualifiés et le fait de son premier emploi dans la manufacture à côté d'autres immigrants presque analphabètes, ou d'aller prendre des cours de sécurité pour chercher un emploi.

Par contre, l'intégration consiste à faire ressortir le phénomène de la théorisation qui ne se confond pas avec la conceptualisation. Elle répond à la question quel est le phénomène primordial? Nous sommes en face de quel phénomène? Sur quoi notre étude porte-elle en définitive? Pour reprendre l'exemple précédent, il nous arrive de nous demander si nous sommes en face de la déqualification. Est-ce un cas isolé de déqualification ou systématique? Une telle analyse nous ramène à voir la situation du groupe tout entier. Le raccordement se fait quand on perçoit qu'un groupe très hétérogène à l'arrivée s'homogénéise ou tend à s'homogénéiser sur le marché du travail. Quand cela a lieu ainsi, le phénomène par lequel cette homogénéisation prend corps se nomme la déqualification sociale.

Cela renvoie à la dernière opération qui est la modélisation. Elle consiste à répondre le plus fidèlement possible à l'organisation des relations structurelles et fonctionnelles qui caractérisent le phénomène principal cerné au terme de l'opération d'intégration, souligne Paillé (1996). Elle révèle les propriétés, les

antécédents, les conséquences du phénomène ou le processus en jeu. Dans notre cas, la déqualification n'est pas une fin et n'est pas non plus ce que nous étudions ou cherchons à expliquer –l'entrepreneurship immigrant. Comment se fait et s'explique le passage du travailleur migrant à celui de l'entrepreneur? Ce comment peut impliquer une requalification qui aboutira plus tard au travail autonome ou bien un conditionnement à la mobilité sociale. Voilà en quoi a donc consisté la théorisation ancrée et la manière dont on en a servi pour l'analyse des données.

## **2.5. Conclusion**

Dans ce chapitre, nous avons présenté les voies et moyens utilisés pour mener cette étude. Nous avons opté pour la méthode d'entretien. Deux objectifs explicites et des questions de recherche définis avant d'aller sur le terrain ont guidé le processus d'observation et de collecte des données. Nous avons utilisé un guide d'entretien préalablement élaboré mais qui a subi des modifications après un prétest. Notre échantillon est basé sur l'échantillonnage intras-cas. Nous avons choisi treize entreprises échantillonnées suivant les critères de la représentativité théorique du cas et une typologie d'entreprises ethniques pour étudier l'entrepreneuriat haïtien à Montréal. Pour analyser nos données, nous avons opté pour la théorisation ancrée. Aussi nous avons intégralement retranscrit les entretiens qui ont été, ensuite, synthétisés. Puis, la technique de matrices de données de Milles et Huberman (2003) a été mise en application.



### **Chapitre 3**

#### **L'entrepreneuriat immigrant haïtien à Montréal : le profil des entrepreneurs, les caractéristiques des entreprises échantillonnées et sa structuration au-delà des logiques individuelles**

Il apparaît qu'un certain dynamisme traverse l'entrepreneuriat haïtien à Montréal. Rappelons que les secteurs d'activité dominants pour ces entrepreneurs sont le taxi, les salons de coiffure et l'esthétique, les marchés alimentaires et la restauration. Bien que la grande majorité des travailleurs haïtiens se trouvent dans les manufactures, aucune manufacture appartenant à des Haïtiens n'a été repérée. Les bottins d'affaires haïtiennes ne mentionnent aucunement ce secteur économique. Les résultats de recherche que nous allons présenter se basent sur un échantillon de treize entreprises. Elles ont été choisies parmi les entreprises alimentaires, des salons de coiffures pour femmes, des entreprises de taxi et de transport organisé, des entreprises de restauration et des entreprises de services comme l'assurance, les loisirs, les firmes d'information et de consultation, domaines d'activité privilégiés des entreprises haïtiennes.

Dans ce premier chapitre d'analyse, nous chercherons à décrire, d'une part, le profil des entrepreneurs haïtiens et leurs motivations d'affaires et, d'autre part, les caractéristiques des entreprises étudiées. Ces caractéristiques comprennent le capital de départ, les chiffres d'affaires, le personnel, les employés et les associés, le cas échéant. En outre, nous essayerons de faire ressortir les logiques communautaires et les stratégies individuelles qui gouvernent ces entreprises. Trois questions principales structurent le chapitre. Quel est le profil des entrepreneurs haïtiens à Montréal? Quelles sont les caractéristiques de leurs entreprises? Ce chapitre est structuré autour de trois sections. En premier lieu, nous présenterons le profil des entrepreneurs. Nous procéderons par une analyse des premières expériences professionnelles des entrepreneurs de notre échantillon sur le marché du travail

canadien et leurs motivations d'affaires. En deuxième lieu, nous mettrons l'accent sur les caractéristiques des entreprises et la portée de l'entrepreneuriat haïtien. Le troisième point concerne le rapport entre l'entrepreneuriat haïtien et son enjeu ethnique.

### 3.1. Profil des entrepreneurs

Les treize entrepreneurs ayant participé à cette recherche sont tous arrivés au Canada à partir des années 1970 : huit entre 1970-1979, quatre entre 1980 et 1989 et un en 1992. Si l'on essaie de classer les entreprises par année de création, les six (6) premières entreprises sont fondées au cours de la décennie 1980; cinq sont créées au cours des années 1990 et les deux autres en 2002 et en 2003. Ils font tous partie de la seconde vague d'immigration haïtienne au Québec à partir des années 1970, donc leur insertion économique était difficile et l'émergence de l'entrepreneuriat haïtien coïncide avec la grande récession économique des années 1980. Le tableau 4 présente le statut matrimonial des entrepreneurs selon le sexe.

**Tableau 4. Le statut matrimonial des entrepreneurs selon le sexe**

| Entrepreneurs selon<br>Leur situation familiale | Homme | Femme | Total |
|---|-------|-------|-------|
| Célibataire                                     | 1     | 1     | 2     |
| Marié   | 7     | 1     | 8     |
| Divorcé   | 2     | 1     | 3     |
| <b>Total</b>                                    | 10    | 3     | 13    |

Source : enquête de l'auteur

On y trouve deux célibataires, appartenant tous deux à la deuxième génération et trois entrepreneurs qui sont divorcés. Huit répondants sur treize sont mariés et vivent ensemble. Le nombre moyen d'enfants par entrepreneur est quatre et l'âge moyen des entrepreneurs est de 46 ans. Il est fort probable que la majorité des familles qui se sont lancés en affaires comportait déjà des adolescents. Certains entrepreneurs s'inquiètent de la relève pour leur entreprise après leur retraite parce que leurs descendants ne s'intéressent pas à leur entreprise. Cette inquiétude est surtout marquée chez les propriétaires de marché et de salon de coiffure.

### 3.1.1 Analyse des trajectoires d'insertion

Dans le cas qui nous intéresse, par la trajectoire d'insertion des immigrants haïtiens, nous étudions l'expérience de travail des immigrants à partir de leur arrivée au Québec en rapport avec leur capital humain, leurs expériences pré-migratoires, leurs situations sociales et familiales, qui les amène à devenir entrepreneur ou travailleur autonome. En guise de trajectoire sociale, nous commençons par une analyse du capital humain étant donné que l'insertion en emploi en est une fonction. Le groupe était très hétérogène à l'arrivée au Canada. Deux n'avaient pas atteint l'âge de scolarité. Ils étaient âgés respectivement de deux (2) ans et de trois (3) ans et un autre avait seulement 13 ans. Dix répondants sur treize étaient âgés entre 18 et 29 ans. Parmi eux, trois ont achevé seulement leurs études primaires ou ont, à peine, abordé le secondaire mais deux d'entre eux avaient une formation en mécanique auto. Le tableau 5 en fait un classement.

**Tableau 5. Répartition des répondants selon leur niveau d'étude et leur âge à l'arrivée**

| Entrepreneurs haïtiens<br>l'âge à l'arrivée | Non<br>scolarisables | Moins que<br>secondaires<br>achevés | Secondaires<br>achevées | Post-<br>secondaires | Total     |
|---|----------------------|-------------------------------------|-------------------------|----------------------|-----------|
| Moins de 18 ans                             | 2                    | 1                                   | 0                       | 0                    | 3         |
| 19-29 ans                                   | 0                    | 3                                   | 2                       | 5                    | 10        |
| <b>Total</b>                                | <b>2</b>             | <b>4</b>                            | <b>2</b>                | <b>5</b>             | <b>13</b> |

Source : Enquête de l'auteur

Deux sont arrivés immédiatement après leur baccalauréat de fin d'études secondaires. Ils étaient venus pour étudier. Cinq répondants sur treize avaient fait des études post-secondaires sanctionnées pour la plupart par un diplôme. On y trouve un ingénieur, un pharmacien et un machiniste diplômé de JB Damien, une des meilleures écoles techniques d'Haïti à l'époque. Malgré des différences de niveau de scolarité, ils partagent trois caractéristiques communes. Ils sont tous arrivés très jeunes; ils n'avaient pas d'expérience de travail pertinente; et, ils sont issus des couches sociales populaires.

Avant de parcourir la trajectoire d'insertion de ces émigrants, nous allons retracer leur statut migratoire à l'arrivée comparé avec le statut d'immigration au moment de l'étude. En somme, huit répondants sur treize sont arrivés avec le statut d'immigrant reçu. Un peu moins que trois répondants sur treize sont entrés avec le statut de visiteur et deux comme étudiants étrangers. Ils se sont arrangés pour changer de statut le plus rapidement possible. L'autre était né de père canadien et en était citoyen. Quant au statut actuel, dix immigrants sur treizième ont adopté la citoyenneté canadienne et le statut des trois autres n'est pas disponible. Mais tout laisse penser qu'ils sont tous citoyens canadiens.

### 3.1.2. Analyse des premières expériences professionnelles

Le point étant fait sur les facteurs de capital humain et du statut migratoire des immigrants, on peut scruter la trajectoire d'insertion de ces immigrants haïtiens. Le tableau 6 nous fournit les détails.

**Tableau 6. Répartitions des répondants selon leur niveau d'études au moment de leurs premiers emplois**

| Entrepreneurs selon<br>niveau d'études au<br>moment de l'emploi | Manufactures | Restauration | Télémar<br>keting | Soi<br>ns | Domaine de<br>formation et/ou<br>d'expériences | Total     |
|---|--------------|--------------|-------------------|-----------|--|-----------|
| Moins que secondaires achevées                                  | 4            | 0            | 1                 | 1         |  | 6         |
| Secondaires achevées  | 1            | 0            | 1                 | 0         | 0  | 2         |
| Post secondaires  | 3            | 1            | 0                 | 0         | 1  | 5         |
| <b>Total</b>  | <b>8</b>     | <b>1</b>     | <b>2</b>          | <b>1</b>  | <b>1</b>                                       | <b>13</b> |

Source : enquête de l'auteur

Ce tableau met en rapport la qualification des immigrants au moment de l'entrée sur le marché du travail et les secteurs d'emploi dans lesquels ils ont décroché leurs premiers emplois. Pour les deux individus qui sont arrivés respectivement à deux ans et à trois ans au Québec, l'un a trouvé son premier emploi dans le télémarketing et s'est orienté en gestion. L'autre, une femme, a fait son premier contact dans une manufacture mais, elle n'est pas restée parce qu'elle n'était pas obligée de travailler. Ses parents n'ont pas voulu qu'elle travaille. En outre, elle a eu différentes sortes de

« jobines » comme le « Mcdo » par exemple. Puis, elle s'est orientée en pharmacie et a obtenu un baccalauréat également en gestion. L'échantillon compte uniquement deux immigrants qui ont trouvé leur premier emploi dans le domaine de leur formation. Il s'agit d'une jeune fille arrivée à 13 ans et qui a fait un DEC (Certificat d'études collégiales) en auxiliaire-infirmière mais qui a choisi délibérément de ne pas garder cet emploi. L'autre a étudié l'informatique dans une école de commerce en Haïti. Dès son arrivée, il a été supporté par le réseau de sa sœur qui l'a parrainé. Il a été engagé le lendemain de son arrivée à 28 ans en 1974. Il a commencé à travailler comme opérateur de saisie de données dans une institution financière. À part ces deux facteurs (réseau et adolescence dans les écoles québécoises), les facteurs comme le capital humain, le statut migratoire ne semblent pas avoir joué un rôle déterminant pour trouver les premiers emplois. Quatre des cinq répondants qui sont arrivés avec un niveau post-secondaire et universitaire n'ont pas été mieux favorisés que les autres. C'est dans les manufactures qu'ils ont décroché leur emploi. Considérons quelques exemples de personnes déqualifiées<sup>30</sup>. Monsieur Rosefort en est un. Il avait 27 ans en 1980 lorsqu'il arriva au Québec comme ingénieur. Il résume dans un paragraphe sa trajectoire.

« Mon premier emploi en 1980, quand je suis arrivé, c'était dans un hôtel, comme « houseman ». J'ai passé deux mois à travailler la nuit. Mon tout premier emploi de ma vie aussi, hein! Mais jeune marié, j'ai voulu changer pour travailler le jour dans une manufacture. Là, j'ai passé cinq ans de ma vie à compter les produits. Puis, à la faveur d'une fermeture de l'usine, j'ai pu commencer à étudier. J'ai passé une session au CEGEP pour voir comment fonctionnait l'école en général. Immédiatement après, je suis entré en droit à l'université ».

Son expérience de travail pré-migratoire était nulle. La malheureuse coïncidence de la vie familiale avec le travail de nuit dans un hôtel militait en faveur d'une préférence pour la manufacture durant le jour. Et là, l'ingénieur de profession, il passe cinq ans à exécuter la simple tâche d'énumérer les produits. De plus, ce n'est que par un effet de conjoncture, la fermeture de l'usine, qu'il quitta ce sous-emploi<sup>31</sup>.

<sup>30</sup> La déqualification est le fait de travailler en-deça de sa compétence ou hors de son champ de compétence

<sup>31</sup> L'organisation internationale du travail (OIT, 1998) définit le sous-emploi comme étant une situation anormale par laquelle « les personnes sont contraintes, pour ne pas être au chômage, de

N'est-ce pas un signe de malaise sur le marché du travail? Mais cet événement une fois produit entraîne un processus de requalification. Comment s'y prend-il? Rosefort s'explique :

« Alors moi, j'ai une formation d'avocat. En Haïti, j'ai étudié le génie. Quand je suis arrivé ici, j'ai voulu continuer en génie. Je trouvais que c'était tellement compliqué et qu'il y avait suffisamment de possibilités pour moi de faire quelque chose d'autre que j'aimais; alors j'ai commencé à étudier le droit. J'ai terminé un bac en droit et immédiatement après mon barreau, j'ai ouvert mon cabinet d'avocat et ce, depuis 1991 ».

Il a dû abandonner sa profession initiale, donc renier cinq ans d'études universitaires en génie à cause de complications liées à la non reconnaissance de son diplôme alors qu'il était recruté en tant que travailleur qualifié. Il s'est finalement réorienté en droit qu'il a toujours aimé. Il n'est pas le seul cas de notre échantillon. Frank et Zabulon sont deux autres exemples. Frank est machiniste diplômé. Il est arrivé en 1977. Il explique son parcours :

«Je suis arrivé ici en 1977 en plein hiver. C'était dur et pénible! Pourquoi? J'ai pu obtenir ma résidence parce que j'avais un diplôme comme machiniste. Mais on n'a pas voulu m'embaucher avec le diplôme d'Haïti. J'ai été dans les manufactures de tissu, travailler à deux places successivement à \$3,15 l'heure. J'ai fini le jour à 4h00 P.M. J'ai pris un autre de 6h00 P.M. à 7h00 du matin. En plus, mon boss immédiat, un québécois anglais, me faisait toutes sortes de méchancetés. Il n'a pas voulu me voir. Pénible parce que je travaillais dans un domaine que je n'aime pas. Surtout en venant ici je pensais que j'allais pouvoir travailler dans ma profession. C'est cela qui m'a déçu ».

Frank avait une profession technique. Pendant les six premiers mois et plus, il a travaillé environ 16 heures par jour dans les manufactures pour gagner son pain. Il a eu un cumul d'emplois, une des caractéristiques des travailleurs pauvres. La non reconnaissance de diplôme était le facteur causal de sa déqualification. En plus, il était victime du racisme de la part de son supérieur immédiat. C'est par un coup d'indignation qu'il s'est libéré après « s'être chicané » avec ce dernier. Il a laissé son travail et est allé se plaindre au bureau

---

travailler à horaires réduits ou d'occuper un poste de moindre qualification ou dans une unité économique moins productive et qui perçoivent de ce fait un revenu inférieur à celui qu'elles pourraient normalement obtenir » (Andriana Laurie, 1998 : 9 pour le compte de l'OIT).

de l'emploi. Il fut compensé par une bourse de requalification d'un an avec 90% de son salaire. C'est ainsi qu'il parvenait à exercer sa profession à la fin de l'étude. Une grande entreprise embaucha toute la promotion. Il garda le poste pendant 8 ans jusqu'à la grande récession des années 1980 où il fut renvoyé avec 2000 collègues.

Le cas de Zabulon se distingue par la différence de son statut migratoire et la difficulté d'insertion post-requalification. Il est pharmacien diplômé et est arrivé en 1979 avec le statut de visiteur. Il a laissé Haïti pour cause de représailles politiques après avoir prononcé un discours à l'occasion de la cérémonie de graduation de sa promotion en qualité de lauréat. Ce discours ne semble pas avoir plu aux autorités. C'est sa sœur qui a participé à la cérémonie de graduation qui a pris la décision qu'il parte immédiatement. Il n'a pas pensé que la situation était grave. Mais il a acquiescé une fois que les parents étaient informés. Supporté par d'autres proches dont sa sœur qu'il adopte comme seconde mère, il n'a pas travaillé près d'un an après son arrivée. Avec le temps, il n'avait pas d'autre choix que d'aller dans les manufactures. Le souvenir l'habite encore :

« (...) Je connais ce qu'on appelle travail dur mais maintenant rentrer à une manufacture de sept heures et demi du matin ou sept heures pour 8 heures de temps, avoir un temps de pause de 15 minutes, avoir quelqu'un derrière soi, je me suis senti comme retourné à l'époque de l'esclavage mais, moi rebelle que je suis, je n'ai pas trouvé ça comique du tout. Je me suis adapté rapidement. (...) Ça a duré trois mois, mais je l'ai perdu. Je suis allé faire quelques jobines ça et là. Après, je suis retourné à un autre endroit mais là je suis passé un autre six mois et de là je suis retourné à l'université».

Zabulon a « vogué » d'un sous-emploi à un autre. De là, deux ans et plus sont écoulés. Ce qui ne lui semblait pas valoir la peine. Il choisissait la voie de la requalification après avoir tenté de trouver une reconnaissance de son diplôme, en l'occurrence, une équivalence :

« Dans un premier temps, j'ai fait mon équivalence; je voulais continuer mes études en pharmacie. Cependant, ils m'ont fait une équivalence qui n'était pas à mon avis assez adéquate. Ils m'ont

accordé seulement un an d'équivalence. Et à part de ça, il fallait que je passe un stage qui aurait duré six mois. Donc, quand j'ai calculé tout ça, je me suis rendu compte que je n'avais pas d'équivalence. J'ai dit non, je n'aime pas ça. Étant donné que j'avais toujours aimé la chimie, j'ai décidé de me réorienter en chimie à l'université de Montréal. J'ai étudié la chimie et c'est tout ».

Ce fut fait. Il était tacitement dépossédé de son statut de professionnel, l'unique bien qui lui appartenait à l'arrivée. Pour cinq ans d'études universitaires en pharmacie, un an d'équivalence conditionnelle lui a été octroyé. Néanmoins, la réaction de Zabulon a été la même que Rosefort : se réorienter. Après tout, un baccalauréat et une maîtrise en chimie, il lui fallait quatre ans de recherche active d'emploi avant qu'il parvienne à en décrocher un dans son champ d'étude. Il dit avoir réussi au moins à éviter le risque de perdre ce deuxième titre pour cause de non exercice de la profession.

En somme, tous nos répondants ont trouvé leurs premiers emplois dans les secteurs mous de l'économie montréalaise, en particulier dans les manufactures. Les facteurs discriminatoires, notamment la non reconnaissance des diplômes, ont agi de manière unanime sur le groupe. Il en résulte un processus d'homogénéisation au fur et à mesure qu'ils ont décroché leurs premiers emplois. Dans ce contexte de déqualification et de discriminations institutionnalisées, deux stratégies ont été privilégiées pour accéder à la mobilité sociale : le retour aux études pour les plus éduqués et l'entrepreneuriat. Dans le premier cas, il faut s'endetter pour se requalifier. Il arrive qu'une réaction décevante conduit à abandonner la spécialisation initiale pour recommencer dans un tout autre domaine. Dans le second cas, il faut accumuler sur place un capital social et financier pour passer à l'entrepreneurship.

### **3.1.3. Le passage du travailleur migrant à l'entrepreneurship**

Nonobstant trois entrepreneurs de notre échantillon qui ont vécu leur enfance à Montréal, huit entrepreneurs sur dix ont pris dix ans et plus pour devenir entrepreneurs. Seulement deux sur dix sont devenus entrepreneurs avant les dix premières années d'établissement. Ces deux sont arrivés respectivement en 1978 et



1992 et ont investi l'un et l'autre un réseau ethnique spécifique. Le premier, Monsieur Marius de niveau secondaire 1, un camionneur-mécanicien de Port-au-Prince, avait pour atout le fait d'avoir habité New York deux ans auparavant. Cela lui a permis de découvrir une niche importante : des Haïtiens vivant à New York ou à Montréal avaient des difficultés à voyager dans les deux métropoles parce qu'ils ne parlaient pas l'anglais ou ne pouvaient pas remplir une déclaration de douane. Il fallait qu'ils soient aidés par un compatriote. De plus, misant de son habitus d'affaires<sup>32</sup>, Marius se dit avoir toujours « marre de vivre d'une seule source de revenu ». Mentionnons que, déjà, Larose (1984), dans une étude traitant de la transnationalité des familles haïtiennes, souligne que New York représentait une véritable fascination pour les Haïtiens vivant au Québec. Il paraphrasa cette analogie en écrivant que « New York apparaît comme une banlieue de Montréal » (Larose, 1984 :135). D'où l'existence d'un besoin de circulation et d'un marché ethnique. Quand il commença à travailler, son premier geste fut d'acheter « une vanne » et les fins de semaine, il innova des voyages organisés entre Montréal-New York, incluant Manhattan, New Jersey et Brooklyn. Ces trois dernières villes n'étaient pas alors desservies par la compagnie *Greyhound*. C'est ainsi que ce secteur se développa tout au long des années 80 jusqu'à devenir une part de marché importante très discutée entre des compétiteurs co-ethniques. Plusieurs entreprises-Tours ont vu le jour depuis.

L'autre a fait des études de troisième année en service social à l'Université d'État d'Haïti. Il abandonna en 1991 pour un poste de Directeur Départemental de l'Office d'Assurance Maladie dans une province d'Haïti. Puis, coup-d'État, il retrouva sa femme à Montréal en 1992. Après des « jobines » comme « plongeur dans les restaurants », vendeur dans un magasin d'informatique, un Italien lui montra le chemin de la Vente d'assurance. Ce fut sa première immersion dans le travail autonome. Bon vendeur, il devient courtier d'assurance avec environ \$85 000

---

<sup>32</sup> Dans la sociologie bourdieusienne, l'habitus désignent l'ensemble de dispositions mentales qui conditionnent la manière d'agir de l'agent. C'est le principe générateur de pratiques objectivement classables et systèmes de classement (voir *La distinction* de P. Bourdieu, 1979). Par analogie, l'habitus d'affaires familial ou de classe réfère aux pratiques et à la culture de travail autonome de la famille qui a marqué la jeunesse de l'immigrant.

canadiens de revenu l'an. En suite, il abandonna ce travail pour créer une entreprise en réseau avec des travailleurs de manufactures. En 1998, il avait un réseau de 40 agents et près de 1000 membres avec un objectif ambitieux : créer des entreprises pour chaque agent. Il a décroché un contrat d'un million de dollars pour un an avec une multinationale canadienne pour la distribution de cartes d'appel téléphonique prépayées. Ce contrat fut révoqué sept mois plus tard. Comme la coopérative financière florissait en Haïti, il passa dans la coopérative et la création d'entreprises commerciales à Montréal : 5 entreprises entre 1998 et 2002 avec les fonds de placement coopératifs. Le mouvement fit naufrage en 2002, toutes les entreprises sont fermées l'une après l'autre. Mais cette même année, il a acquis sa dernière entreprise en date pour un demi million de dollars. Telles sont les conditions de passage du statut de travailleur migrant à celui de d'entrepreneur sous l'effet du réseau. Il explique sa motivation :

« Je suis quelqu'un qui n'attend pas, qui va toujours aller chercher. Et puis je crois maintenant comme entrepreneur que c'est la seule porte de sortie pour mon peuple. Ça passe par l'entrepreneurship, la seule porte de sortie parce que si on va toujours quémander, on va toujours nous donner des miettes. Moi, j'ai décidé de m'arranger pour avoir toujours de l'argent. À ce moment là, je peux appliquer ma pensée. C'est pour ça que je suis en affaires. Mais si j'étais canadien, italien ou américain, je suis sûr que je serais dans le domaine social ».

Nacius dit avoir choisi l'entrepreneuriat plutôt que le social à cause des discriminations raciales; parce que c'est la « seule porte de sortie » pour son groupe, parce qu'il n'est ni canadien, ni italien ou ni américain, parce que sans doute il est noir, il est défavorisé. C'est pour éviter qu'on le « traite en paria » quand il va chercher un emploi, qu'on lui « donne des miettes quand il doit quémander ».

Dans l'ensemble, quatre répondants sur treize sont passés à leur compte par suite d'un renvoi annoncé ou de fait. Ils ne pensaient pas pouvoir trouver un emploi à salaire équivalent à ce qu'ils gagnaient avant. Trois ont démissionné de leur poste pour aller à leur propre compte. De ce groupe, une personne se distingue par sa carrière et son pragmatisme déterminé. Il arriva en 1970 à 19 ans après sa classe terminale. Après plusieurs années dans les manufactures, quelqu'un lui a montré la

voie de la vente d'assurance. Parallèlement, il allait à l'université pendant trois ans prendre des cours justes nécessaires car il était trop pragmatique, dit-il, pour chercher un diplôme. Ainsi il montait les échelons et parvenait à un revenu important incluant les avantages extra-salariaux dont des voyages annuels pour participer au congrès de la multinationale. C'est alors qu'il démissionna pour fonder son cabinet d'assurance en 1980. Pour lui, la réalisation de soi passe par les affaires. Mais en 1991, la Multinationale le convint à nouveau de prendre un poste de direction, une « expérience tentante ». Numéro 2 dans la province du Québec en 1998, il a été surpris d'être renvoyé au cours d'un changement de management et retourne depuis lors à son cabinet.

Pour le reste, Zabulon et Mathurin sont détenteurs d'une maîtrise et Marlène de deux baccalauréats. Zabulon a pu devenir actionnaire dans l'entreprise qui l'embaucha avant de vendre les actions pour acheter un permis de taxi. Il continue d'exercer sa profession de chimiste. Il en est de même pour Mathurin, bibliothécaire de profession, qui a créé sa propre firme de consultation et d'information, maintient à présent une bonne position sur le marché de l'emploi et gère une agence haïtienne de transfert d'argent comme représentant au Canada. Lui aussi dit avoir fait ce choix à cause du racisme dont il était victime au début sur le marché du travail. Lors du premier rendez-vous avec un directeur d'école, il attendait dans la réception quand se présenta le Directeur et la Secrétaire l'annonça qu'il y avait quelqu'un pour lui. Le directeur ajouta :

« J'ai un rendez-vous avec quelqu'un mais je n'ai pas de rendez-vous avec un noir. Il m'a dit carrément, je ne pensais que vous étiez un noir. Vous n'avez pas l'accent d'un noir. C'était un petit peu frustrant, si vous voulez mais il faut se battre quand on est minoritaire, quand on est noir, quand on est dans un champ disciplinaire où il n'y a pas beaucoup de noirs. Quand on veut être pionnier, il faut payer le prix. Bon, je n'ai pas eu l'emploi ».

Encore après 1995, un noir avait du mal à occuper une fonction de bibliothécaire. Le Directeur a erré sur l'accent, ce qui est un bon signe de l'intégration culturelle. Mais l'intégration culturelle ou idéologique n'est pas nécessairement solidaire de

l'intégration sociale ou du moins économique et politique. Aussi être pionnier dans un domaine jadis «blanchisé» implique un prix à payer, et donc des obstacles à surmonter. Ces discriminations sont sans doute à l'origine de la concentration des Haïtiens dans les secteurs économiques peu valorisés socialement et non rentables<sup>33</sup> économiquement. Cela traduit une tendance à s'orienter dans les professions dans lesquelles les minorités sont assez dominantes et ont une facilité d'accès.

Le deuxième rendez-vous était dans une bibliothèque publique de Montréal.

L'entrevue fut concluante :

« Ce serait mal vu. Comment se ferait-il qu'un noir soit bibliothécaire en chef? Tandis que les autres collègues ne le prendraient pas au sérieux ».

La couleur de la peau peut créer l'animosité ou projeter une mauvaise image.

Le noir serait-il lié à la fonction de subalterne? Dans tels cas, conclut Mathurin, les recommandations sont peu utiles :

« Quand on te réfère, quand tu arrives la personne voit que c'est un noir, déjà tu perds. Aussi, quand on te voit paraître comme un noir, ils pensent que tu as un sous-emploi, vous arrivez un point comme bibliothécaire, peut-être que vous avez un DEP dans le domaine. Il y a plusieurs préjugés face à ça. Il faut que tu sois très bien préparé parce qu'il faut passer à travers. (...) Mon premier poste que j'ai eu comme bibliothécaire, c'était dans une école de la CSPI. Mon Patron avait un DEC et moi j'avais une maîtrise. Mais j'ai dû l'accepter parce qu'il faut commencer quelque part. J'étais beaucoup plus qualifié que mon patron. Et puis, je faisais meilleur travail que mon patron, mais comme elle était une Québécoise, j'ai dû l'accepter. (...) C'est pourquoi j'ai décidé parallèlement d'avoir une petite compagnie qui fait ça. Je développe une philosophie dans ma petite compagnie où je fais une discrimination positive. Mes deux premiers employés, il y a un qui est haïtien et l'autre algérien ».

Mathurin a dû accepter un sous-emploi parce qu'il est noir et parce que son supérieur immédiat est québécois. Cela dit, les règles qui gouvernent le marché du travail ne sont pas uniformes pour tous. Autrement dit, le principe de la méritocratie qui se base sur la valorisation du capital humain ne joue pas toujours pour certaines catégories.

---

<sup>33</sup> Selon Ledoyen (1993 :op. cit.), les jeunes haïtiennes présentent une tendance à s'auto-exclure parce qu'ils ont tendance à se diriger vers des professions non rentables.

Mathurin est tantôt disqualifié parce qu'il est noir ou membre d'une minorité dite visible. Pour la même raison, il doit accepter un sous-emploi jusqu'à ce qu'il fait ses preuves. Dans ce cas, les rapports sociaux ethniques sont fondés sur des inégalités de traitement. L'institutionnalisation de ces discriminations sociales et raciales est un processus générateur de nouvelles inégalités sociales basées sur l'ethnicité<sup>34</sup>. Pour lui, l'entrepreneuriat est un moyen pour surmonter ces discriminations et accéder à la mobilité.

En somme, certains entrepreneurs dont Mathurin sont passés à leur compte à cause des effets du racisme et d'autres formes de discriminations sociales pour relever une situation précaire. Certains ont pris la voie de la requalification avant de devenir entrepreneur. L'ingénieur que nous avons décrit est un exemple de cette catégorie. Il a d'abord ouvert un cabinet d'avocat, puis il a passé dans le réseau des média haïtiens. Une fois diplômé, il a mis à son profit un capital social acquis dans les radios communautaires pour exploiter un créneau ethnique.

### **3.2. Caractéristiques de l'entrepreneuriat haïtien à Montréal**

Les données de la section précédentes suggèrent que les discriminations raciales et la précarité économique sont un facteur déterminant des motivations d'affaires chez les Haïtiens de Montréal. Mais comme l'expliquent Light et Lisentein (1995), les discriminations sociales et raciales créent simplement les motivations pour l'entrepreneuriat. Le taux d'entrepreneuriat d'un groupe s'explique plutôt par un autre facteur, la polyvalence et de l'abondance de ses ressources. Ces ressources sont d'abord l'argent ou le capital financier et les ressources sociales et culturelles. Quelles sont alors les ressources mobilisées par les entrepreneurs haïtiens ayant participé à notre étude?

---

<sup>34</sup> Les statistiques d'emploi basées sur les données du recensement de 1986 et de 1996 soutiennent cette donnée lorsqu'on compare le taux de chômage des Haïtiens avec les autres minorités visibles, d'une part, et avec celui du groupe majoritaire, d'autre part.

### 3.2.1. Caractéristiques des entreprises et portée de l'entrepreneuriat haïtien

Les entreprises haïtiennes échantillonnées sont de très petites entreprises individuelles ou familiales. Le tableau 7 présente leurs principales caractéristiques. Seulement quatre entreprises sur treize ont au moins un associé.

**Tableau 7. Entreprises étudiées selon leurs principales caractéristiques**

| Entreprises selon les caractéristiques | Entreprise individuelle | Entreprise incorporée | Total |
|--|-------------------------|-----------------------|-------|
| Individuelle/familiale                 | 9                       | 4                     | 13    |
| Capital de départ \$10000 et moins     | 1                       | 2                     | 3     |
| 10 001-30 000                          | 5                       | 0                     | 5     |
| \$100 000-500 000                      | 2                       | 2                     | 4     |
| Non réponse                            | 1                       | 0                     | 1     |
| <b>Chiffre d'affaires</b>              |                         |                       |       |
| Non réponse                            | 3                       | 1                     | 4     |
| Inférieur à \$200 000                  | 4                       | 0                     | 4     |
| \$200 001- 1 million                   | 0                       | 1                     | 1     |
| 1-6 millions \$                        | 3                       | 1                     | 4     |
| <b>Nombre d'employés<sup>35</sup></b>  |                         |                       |       |
| 1-4 employés ou partenaires            | 3                       | 0                     | 3     |
| 5 à 10 employés                        | 3                       | 0                     | 3     |
| Plus de 10 employés                    | 3                       | 3                     | 6     |

Source : enquête de l'auteur

### 3.2.3 Capital de départ et chiffres d'affaires

Excepté une entreprise individuelle qui n'a pas déclaré son capital de départ, cinq entreprises individuelles sur huit avaient un capital de départ entre 10 000 et 30 000 dollars canadiens. Tandis que deux entreprises incorporées sur quatre avaient démarré avec dix mille dollars et moins comme capital. Ce sont deux marchés alimentaires constitués chacun de deux associés. Donc, la moitié des entreprises incorporées de l'échantillon, un restaurant et une entreprise de loisirs classée dans la reproduction identitaire, a respectivement pour capital de départ 200 mille et 500 mille dollars.

<sup>35</sup> Les deux entreprises ayant des partenaires (chauffeurs à statut de travailleurs autonomes) sont considérés ici comme des employés.

En qui concerne les chiffres d'affaires annuels, quatre des répondants l'ont gardé confidentiel. Pour un même nombre, ce chiffre d'affaires de l'année 2003 était inférieur à \$200 000 dollars. Une seule entreprise a un chiffre d'affaires de six millions de dollars. L'unique entreprise acquise pour un demi million de dollars en 2002 a un chiffre d'affaire inférieur à un million de dollars. Il y en a trois qui ont leur chiffre d'affaires entre un et deux millions de dollars. Donc, si les entreprises étudiées sont représentatives des entreprises haïtiennes de Montréal, elles sont généralement de petite taille, avec un capital de départ peu élevé.

Le capital de départ provient souvent de l'économie personnelle, le cas échéant, de l'aide familiale et des prêts sur parole octroyés par des amis. Aucune entreprise n'a bénéficié de subvention publique en dépit du fait qu'il existe des programmes de subvention destinés aux entrepreneurs des minorités dites visibles. En ce qui concerne l'accès au crédit, seulement quatre entreprises sur treize ont obtenu un crédit bancaire. Pourquoi très peu d'entrepreneurs interviewés ont accès au prêt bancaire et aucun n'a bénéficié de subvention publique?

Concernant le crédit bancaire, certains entrepreneurs interviewés n'ont jamais formulé une demande. Par contre quelques-uns ont fait des tentatives. Monsieur Jacob, par exemple, a travaillé dix ans dans une banque. Lorsqu'il passait à son compte en 1986, la même Banque avait refusé de lui octroyer un prêt. Il suppose quelques raisons qui militaient en sa défaveur :

« Bon, pourquoi ? Peut-être que moi, je n'avais pas de plan d'affaires. Il y a déjà un problème et puis dans le secteur de l'alimentation qui est moins solide, il y a des secteurs privilégiés ou bien est-ce que si j'étais dans un autre secteur comme la fabrication, ça irait autrement? Bon, peut-être, qu'il y a eu d'autres choses, il y a plusieurs facteurs qui amènent une banque à refuser un prêt. Je pense juste que c'est parce que je n'avais pas de plan d'affaires».

Ce n'est que deux ans plus tard quand il acheta son premier camion que la banque a décidé de faire son *mea culpa*. Pourtant, il n'avait toujours pas un plan d'affaires :

« Bon, Mon affaire a commencé à aller bien. Par la suite, quand j'ai acheté mon premier camion, alors la compagnie a appelé pour avoir

mon expérience de crédit. Ils ont vu mon compte et voient que ça allait. Ils m'ont donné un appel toute suite : «pourquoi tu ne viens pas nous voir, ta finance était bien!».

Un autre propriétaire de marché, Monsieur Roland, a voulu agrandir son entreprise. Son comptable et lui ont fait toutes les démarches mais elles n'ont pas abouti. Ils ont toujours rencontré des obstacles que Monsieur Roland ne veut pas qualifier :

« Oui, il doit en avoir parce que moi, j'en ai vécu pas mal. J'ai eu du mal à trouver de l'argent à la banque pour développer l'entreprise. Alors, il doit en avoir. Quoi qu'on soit en affaire et on montre qu'on est sérieux. Il y a toujours des obstacles ».

Après maintes tentatives, c'est son comptable d'alors, un Italien qui concluait, dit-il, que c'est le racisme qui est en cause. Pourtant, il refuse de le dire parce qu'il n'est pas prêt à plier bagage :

« Moi, j'ai toujours dit qu'il faut faire attention de ne pas se lancer là-dans (le racisme). Si je laisse Haïti pour venir ici, c'est un choix. Alors, je dois accepter les conséquences. Comment pourrais-je expliquer ça? Je ne peux pas venir ici et crier au racisme. Si je commence à faire ça, j'aurai des difficultés à vivre, à fonctionner. Je sais que ça existe, mais quand même, je trouve que c'est une faiblesse quand on commence à parler de racisme. Les gens ne nous aiment pas. Mais je sais que ça existe. Il y a une sorte de racisme. Mon premier comptable qui est un Italien, un blanc, il faisait des démarches avec moi pour trouver un prêt. Il a été partout avec moi dans les banques, il m'assistait. C'est lui qui m'a dit : ok, d'accord, ça existe vraiment. C'est une sorte de racisme. Pourquoi on ne t'a pas prêté de l'argent là pour développer le commerce. Il me l'a dit : toi, tu as fait ta preuve; tu montres que tu es sérieux; tu montes ton entreprise et il y a des gens qui travaillent pour vous. Maintenant tu cherches de l'argent pour développer cette entreprise et on vous barre la route. Moi je ne vois pas pourquoi. Tout ce qui me reste à dire, c'est qu'il y a du racisme là-dans. C'est ce qu'il m'a dit, peut-être qu'il parla en connaissance de cause».

Roland est arrivé avec le diplôme d'étude primaire seulement. Au Québec, il n'a étudié que trois mois juste pour posséder le niveau fonctionnel de l'anglais et du français. Il a fondé son entreprise en 1984 dans l'intervalle d'un renvoi annoncé. Sa manière de vivre et d'exprimer le racisme reflète-t-il une conception des Haïtiens « ordinaires », pour ne pas dire la masse. Il n'entend pas le dénoncer tant qu'il n'est pas prêt à retourner dans son pays à lui. Mais si « un blanc » le dit, peut-être qu'il



parle en connaissance de cause. Pour sa part, il fait de son mieux : créer une entreprise et de l'emploi. Vingt ans plus tard, il n'a toujours pas de crédit.

Bécamel, par contre, est de la deuxième génération. Ses sept associés et lui sont copropriétaires d'un restaurant qui a bénéficié d'une ligne de crédit de 100 mille dollars en 2003. Comment sont-ils parvenus à l'avoir? Ils avaient tous des garanties personnelles à donner. Amado aussi a bénéficié d'une ligne de crédit bancaire de 100 mille dollars en 1998. Mais en ce moment, il n'était plus un anonyme puisqu'il a déjà occupé le poste de Directeur régional d'une multinationale d'assurance à Ontario, puis le numéro 2 de la même institution pour la province du Québec. Il paraît, cependant, que le crédit est offert à certains entrepreneurs au moment dont ils n'en ont plus besoin. C'est le cas, par exemple, de Monsieur Jacob cité précédemment.

En ce qui concerne les subventions publiques, il en est de même. Si les entrepreneurs n'en ont pas trouvé au lancement de l'entreprise, certains n'en ont plus besoin ou ne jugent pas nécessaire de chercher une subvention une fois que l'affaire est bien partie. Quelques-uns pensent devoir bientôt tenter de faire une demande s'ils doivent agrandir l'entreprise. Car, selon eux, ils ont assez aidé le Québec par leurs taxes. Donc, ils envisageraient de demander une rétribution. Aussi, si tout laisse à croire que beaucoup d'entrepreneurs sont peu informés des subventions existantes pour les minorités dites visibles, le montant disponible semble être peu attractif. Bécamel connaît bien le milieu parce qu'il a travaillé pendant dix ans dans le domaine de gestion et d'appui aux entreprises en difficultés. De plus, il a participé au programme d'appui aux jeunes entrepreneurs qui consiste en une formation sur l'entreprise avec le salaire habituel payé durant la formation. Selon lui, les programmes destinés aux minorités visibles sont des « programmes de crève faim » et les immigrants noirs dont les Haïtiens sont très défavorisés.

« J'ai réalisé que tous les programmes qui ont des subventions pour les entrepreneurs des minorités visibles, c'est mon opinion personnelle, sont des programmes de crève faim : bourse de \$5,000 dollars. Qu'est-ce que tu veux qu'on fasse avec 5,000 dollars. Alors qu'ils disent qu'il y a un besoin criant, il y a un potentiel qui est là. Le nombre il y a 100,000, je ne veux pas faire de la politique; ils sont gênés, en tout cas. On n'est pas

capable dire qu'il y a tel fonds, je dirais, un vrai fonds. On est en train de dire, bon je ne sais pas, c'est une compagnie d'informatique, on a essayé! On veut avoir accès à un vrai fonds, qui n'est pas 5,000 dollars, un vrai fonds, d'un projet de \$200,000 dollars, on me subventionne de \$100,000 dollars comme ils font pour d'autres secteurs. En gros, c'est juste ça que je dois déplorer ».

Par rapport à qui et comment les Haïtiens sont-ils défavorisés? L'entrepreneur juge leur traitement désavantageux en comparaison avec les Autochtones qui « auraient reçu des subventions importantes » et avec « les Québécois de souche ». Les Québécois de souche, dit-il, ont divers moyens pour mobiliser des financements gouvernementaux, comme pour développer les régions. Pourtant, dit-il, les Haïtiens et les minorités visibles en général n'ont accès potentiel qu'à cinq mille dollars quelque soit le projet, le domaine et la potentialité :

« Donc, je suis en constante communication avec d'autres entrepreneurs. Juste ce qui se passe, donc je connais des programmes, et en allant dans les programmes, en aidant des gens à remplir des formulaires, en faisant le tour, j'ai pu constaté que peu importe le domaine même si c'est un domaine prometteur comme le manufacturier, ben en tant qu'immigrant, tu vas être pris comme tout le monde mais autant que le gouvernement débloque de gros fonds pour les autochtones. Juste pour te dire que nous, on peut se débrouiller avec une petite bourse de 5,000. Mais les Québécois de souche, on ne peut pas dire qu'ils ont un programme à eux. Sauf que l'avantage suffisant c'est qu'ils ont d'autres moyens d'aller chercher des fonds. Par exemple, s'il est en région, il y a des fonds pour développer les régions, des choses comme ça. En fait, pour ne pas dire qu'il a plus de chance que nous; nous, nous avons le moins de chance. Et les programmes qui sont dirigés vers nous sont très timides. C'est juste pour dire : oh, on en a; c'est beau».

Le pire, selon l'interviewé, c'est que beaucoup de jeunes entrepreneurs haïtiens qui ont grand besoin de la formation dispensée dans le programmes d'aides aux jeunes entrepreneurs n'en ont accès que difficilement. Les Haïtiens, dit-il, font face à quatre fois plus d'exigences que les Québécois de « pure laine ». Il a participé lui-même à ce programme, il s'explique :

« J'ai été déçu et j'étais le seul Haïtien sur le projet. Parce que le processus était long, exigeant et tout. J'ai dû travailler quatre fois de plus pour convaincre. C'est comme ma candidature était tellement béton qu'on n'a pas pu me refuser. Mais alors j'ai vu d'autres candidatures, vraiment, vraiment ... . J'ai vu d'autres Québécois de souches dire : ah bon, j'ai donné ça, ça m'a été facile. Et puis moi, j'ai donné la vie! Les gars me disent ça fait un bon bout que j'ai pas vu un projet monté comme

ça. Oui, je le juge. C'est un soutien individuel qui nous donnait un temps de faire le plan d'affaires. Tu étais payé et tout, c'est pas ce genre de subvention qu'on te donnait un cheque. Moi-même, j'ai vu comment il était dur pour y entrer. Et l'autre, elle m'a dit mais non c'était facile, j'ai rempli. On était 20 au niveau de candidature».

De tout ce qui précède, on peut retenir tout au moins une chose. La communauté haïtienne qui fait face aux problèmes les plus aigus du chômage depuis les années 1986 (les données du recensement) est traversée par un sentiment de laisser pour compte. Ils n'ont pas bénéficié d'un programme spécifique de lutte contre le chômage. Les entrepreneurs haïtiens étudiés n'ont mobilisé que des fonds de leur économie personnelle, de leurs amis et très rarement du crédit bancaire. Il semble avoir des potentialités d'affaires dans la communauté haïtienne. Mais elles sont très peu systématiquement exploitées parce que les entrepreneurs n'ont pas les moyens nécessaires pour donner des services de qualité très compétitive et convaincre les compatriotes à faire affaires avec eux. En même temps, ils n'ont pas réussi à mobiliser des fonds externes provenant des programmes de subvention publique pour compenser cette carence et corriger les inégalités basées sur l'ethnicité dont le groupe est victime. En s'adressant à ces problèmes exclusivement par la mobilisation des ressources internes à la communauté haïtienne, cet entreprenariat fonctionne comme un «self-help». Il ne peut que minimalement aider à combattre le chômage et la pauvreté dans cette communauté. Car les rapports sociaux ethniques se jouent également au sein des entreprises ethniques selon qu'elles visent une clientèle globale ou exclusivement communautaire. Lorsque la clientèle entre en cause, l'embauche d'employés de race blanche devient une stratégie d'efficacité commerciale non négligeable.

### **3.2.4. Clientèle et employés**

La clientèle et le choix des employés sont deux éléments importants dans l'entrepreneuriat haïtien. Une entreprise se définit comme intra-ethnique lorsqu'elle dessert exclusivement une clientèle haïtienne. C'est le cas, par exemple d'une firme de transport organisé, faisant le trajet Montréal-New York, incluant Brooklyn, Manhattan et New Jersey. Les voyages se font surtout les fins de semaines.

L'entreprise visait à l'origine à satisfaire les besoins des Haïtiens ne parlant pas l'anglais ou ayant besoin d'aide pour remplir les formulaires de douane. Ce secteur se développe depuis le début des années 1980 sous le label des tours de voyages organisés. À l'opposé, les autres sont dites extra-ethniques dans le sens qu'elles visent une clientèle globale.

La quasi-totalité des entreprises échantillonnées (douze entreprises sur treize) ciblent une clientèle extra-ethnique. Pourtant, sept sur treize déclarent une clientèle à dominante haïtienne, parfois jusqu'à 85 à 95%. On y compte les salons de coiffures, les marchés de produits alimentaires et casse-croûte, un média qui ne reçoit de la publicité que des entreprises haïtiennes ou celles qui visent une clientèle haïtienne. Cela dit, six entreprises sur treize déclarent que leur clientèle a une dominante autre qu'haïtienne. De ce groupe, on trouve les entreprises de taxi, une firme d'information et de consultation, un restaurant, une firme multiassurance, une pharmacie. Le tableau 8 résume ces caractéristiques.

**Tableau 8. Entreprises haïtiennes selon la dominante co-ethnique de la clientèle ou non**

| Entreprises haïtiennes selon la dominante de la clientèle | Nombre d'entreprise | Activités  |
|---|---------------------|--|
| Haïtienne   | 7                   | Transport; Marchés et casse-croûte; salon de coiffure; média; maison transferts d'argent |
| Extra-ethnique autre                                      | 6                   | Taxi; restaurant; assurance; firme d'information et consultation                         |
| <b>Totale</b>   | <b>13</b>           | -  |

Source : enquête de l'auteur

L'économie haïtienne de Montréal se démarque-t-elle des descriptions théoriques de l'économie ethnique selon l'appartenance ethnique des employés? La proportion d'employés co-ethniques par rapport aux employés non co-ethniques en est un indicateur. Le tableau 9 présente la situation de l'emploi dans l'économie immigrante haïtienne telle qu'elle apparaisse dans notre échantillon.

**Tableau 9. Embauche dans les entreprises haïtiennes selon l'appartenance co-ethnique ou non**

| Entreprises \ Nombre d'employés <sup>36</sup> | Employés co-ethniques | Employés non-haïtiens                  | Total   |
|---|-----------------------|--|---------|
| Média   | 19                    | 1                                      | 20      |
| Marché  | 16                    | 2                                      | 18      |
| Marché  | 15                    | 0                                      | 15      |
| Tours de voyages organisés                    | 6                     | 0                                      | 6       |
| Taxi  | 3                     | 0                                      | 3       |
| Taxi  | 8                     | 3                                      | 11      |
| Firme d'Assurance                             | 3                     | 2                                      | 5       |
| Restaurant                                    | 8                     | 7                                      | 15      |
| Salon de Coiffure pour femmes                 | 1                     | 1 stagiaire                            | 2       |
| Firme d'information/consultation              | 1                     | 1                                      | 2       |
| Loisirs                                       | 5 permanents          | 2 permanents et 50 à 60 serveur(euse)s | 57 à 67 |
| Salon de Coiffure pour femmes                 | 6                     | 1                                      | 7       |
| Pharmacie                                     | 2                     | 38                                     | 40      |

Source : enquête de l'auteur

La proportion d'employés haïtiens dans les entreprises haïtiennes échantillonnées présente des disparités selon les catégories d'entreprises et la clientèle cible. Les entreprises de commerce intra-ethnique ont plutôt tendance à embaucher exclusivement des Haïtiens (les marchés, la presse haïtienne, le secteur de voyages organisés, les salons de coiffure). Par contre, la tendance contraire s'observe dans les entreprises de commerce extra-ethnique, qui se tournent vers le marché global ou la clientèle du groupe majoritaire et des groupes ethniques non haïtiens (restaurant, Loisirs, Assurance, Firme de Taxi). Ainsi l'embauche également d'employés non-haïtiens ni noirs paraît être une stratégie d'efficacité commerciale pour faire face aux discriminations raciales.

Nous avons interviewé deux responsables dans le secteur des agences de transferts<sup>37</sup> qui ne figurent pas dans le tableau 3 présentant l'échantillon. Les deux entreprises ont respectivement six (6) et trente (30) employés. Les agences de transferts haïtiennes qui représentent un secteur très lucratif, très compétitif puisque la compétition joue

<sup>36</sup> Sont comptés comme employés les chauffeurs de taxi bien qu'ils aient un statut de travailleur autonome

<sup>37</sup> Monsieur Mathurin qui possède une firme d'information et de consultations comprise dans notre échantillon est l'un de ces deux représentants. L'autre représente une agence qui appartient à une banque haïtienne. Nous les avons considérés comme des informateurs clés parce qu'ils ne sont pas propriétaires de ces agences de transfert d'argent.

sur l'intervalle de minutes ou d'heures nécessaires pour envoyer un transfert à son destinataire sur place en Haïti et, le cas échéant, dans les collectivités diasporiques haïtiennes, n'embauchent exclusivement que des Haïtiens bilingues (créole et français). Il en est de même pour la seule entreprise de transport (voyages organisés) de notre échantillon qui vise une clientèle exclusivement haïtienne. C'est une entreprise familiale. Lorsqu'elle veut engager des chauffeurs, l'entrepreneur se base non seulement sur la recommandation des personnes de connaissance mais aussi sur une évaluation personnelle de l'entrepreneur qui enquête sur le comportement du postulant en question. La même logique traverse la station de presse considérée : 19 employés sur 20 sont Haïtiens. Car les entreprises qui achètent de la publicité, qu'elles soient haïtiennes ou étrangères, visent les consommateurs haïtiens. Or, les employeurs haïtiens sont conscients du problème de chômage dans la communauté haïtienne. Il transparaît dans leur discours. Ils se disent fiers d'avoir contribué à la vie communautaire par la création d'emploi.

L'embauche d'employés étrangers « blancs » reflète parfois des stratégies d'affaires explicites. Monsieur Jacob dirige une entreprise familiale, un marché bien en vue, la clientèle est à dominante haïtienne à plus de 80%. Il raisonne sur la possibilité d'en faire une grande entreprise. Voici sa perception des choses :

« (...) Mais ils (les Haïtiens) sont solidaires. Comme je t'ai dit, si ce n'est ce que la communauté haïtienne, on ne serait plus encore en affaires. Mais avec le soutien qu'ils te donnent, ils vont vous permettre de vivoter un peu, de tourner en rond mais pas le back up que cela prendrait pour permettre après cinq, dix ans de dire, bon on va faire un centre d'achat, un supermarché qui est toujours en cours sûr. Tu es toujours inquiet à te lancer dans de telle entreprise, si la communauté ne te soutient pas. Bon, il y a d'autres communautés qui le font, les Italiens, ils sont des blancs, les Québécois vont aller chez eux. Mais, il n'y a rien qui me dit si j'ai un gros marché d'alimentation, comme on le fait ici, mes employés sont tous des noirs, qu'un Italien va entrer au même titre que c'est là maintenant. Il faudrait peut-être que j'engage un gérant blanc pour gérer mes affaires, mélanger mes employés pour attirer la clientèle. Les Chinois, ils sont chez eux, les Québécois viennent ; les Italiens viennent ; tout le monde vient chez eux. Les Haïtiens vont chez les Chinois, mais tu ne va jamais voir un Chinois venir chez eux ; un Italien, on le verra pas souvent, peut-être une fois chaque cinq ans».

Donc, avec une clientèle co-ethnique, l'entreprise ne permet que de « vivoter ». C'est la limite de la consommation intra-ethnique. Il lui faut une clientèle multiethnique, notamment blanche. D'après Jacob, les entrepreneurs italiens et chinois le font parce qu'ils sont « blancs ». Les Haïtiens pourraient ramener la clientèle « blanche » à faire affaire avec eux aussi moyennant l'embauche des « blancs », notamment des « manageurs blancs ». D'autres homologues à lui voient aussi les choses sous cet angle. Monsieur Frank travaille dans le taxi depuis le début des années 80. Il a maintenant une compagnie de taxi. Son démarcheur est un Québécois. Il souligne en ces termes les avantages d'avoir un québécois comme démarcheur :

« Eh ... Ça ouvre les portes. D'ailleurs, la compagnie n'est pas une compagnie pour uniquement les Haïtiens. C'est une compagnie pour tout le monde. J'aimerais ça avoir une compagnie multiculturelle. Comme j'ai sollicité certains Arabes, certains Juifs aussi de venir faire partie même du comité d'administration. C'est sûr que quelques-uns vont me répondre s'ils sont intéressés».

Franck envisage de trouver des associés haïtiens pour investir dans des « entreprises de grande surface ». Mais la stratégie serait de remettre « la gestion à des blancs » :

Si c'est géré par des blancs, ça marchera mieux?

« Elle marchera mieux. Là, on investit de gros sous. Il faut aller chercher toute sorte de clientèle. Allez dans un Maxi, on voit beaucoup de p'tites noires sur caisse, c'est bien. Les noirs peuvent sur caisse mais on laisse eee..... C'est-à-dire quand on achète un Maxi, on l'achète avec tout le personnel. Ne l'achetez pas et puis, tu vas y mettre un p'tit frère, une petite nièce. Non, business est le business. On peut l'acheter sans que les employés soient au courant de la nouvelle possession».

Quant à Nacius, il a une entreprise de loisirs qui compte 5 haïtiens sur 7 employés permanents mais également 50 à 60 non-Haïtiens à temps partiel, en particulier des Roumains. Nous avons conversé sur le sujet. Il nous présente ainsi la logique d'embauche:

Mais quand ils (les Haïtiens) sont servis par des Roumains ou par des Haïtiens comment ils réagissent?

« Mais il y en a qui disent d'aller chercher des Haïtiens, Ra blabla ... mais c'est pas vraiment là la différence. Ils ne s'attardent pas trop à ça ».

Alors que l'entreprise est du type de reproduction identitaire, si la majorité des employés, encore les plus visibles, sont des non-Haïtiens blancs, on doit avoir un intérêt pour les « blancs ».

Quel est l'intérêt d'avoir des serveurs ou serveuses blanc(he)s?

«Mais ils sont plus organisés que nous. Il y a l'expertise, l'expérience, le sens de l'organisation. Ils sont beaucoup plus organisés que nous. C'est ça l'avantage ».

C'est seulement ça?

«Moi, je ne crois pas dans l'apparence là, comme si la personne voit un blanc, elle va signer le contrat. Je ne crois pas ça. Je crois que la personne rentre ici, s'il y a une personne compétente, la personne signe le contrat. Mais c'est sûr que les Québécois, les Italiens sont mieux organisés, ils sont plus structurés. Donc, c'est très important pour nous à ce niveau là. L'autre facette ne nous intéresse pas. Ça dévalorise. Ceux qui croient en ça c'est leurs affaires. Moi, je ne crois pas».

Deux raisons semblent être à la base de l'embauche des non-Haïtiens. D'une part, on reconnaît aux « blancs » l'expérience et le sens plus poussé d'organisation. De l'autre, c'est une stratégie pour faire face au racisme et attirer la clientèle blanche ou extra-ethnique. Bien que Nacius reconnaisse cette stratégie, il n'y croit pas. Un enjeu majeur de l'entrepreneuriat haïtien, selon lui, est celui de renforcer la communauté, de réduire la délinquance et le chômage. Ce qui justifie, d'une part, l'intérêt des employeurs haïtiens à embaucher des compatriotes haïtiens et, d'autre part, celui des consommateurs à acheter les produits et services haïtiens. Cela impulse une dynamique d'enrichissement du groupe haïtien qui équivaldrait à un enrichissement personnel du consommateur. Mais quand cela ne se produit pas, c'est-à-dire quand les Haïtiens consomment chez d'autres communautés ethnoculturelles, ils créeraient une disparité entre les communautés qui leur sont défavorables dans le sens qu'on n'encourage pas une prise en charge du groupe par lui-même. L'entrepreneur développe ainsi sa logique :

«Est-ce que tu penses qu'une association professionnelle juive va dépenser son argent chez les Italiens. Oui ou non Hein? Quasiment non, hein. Pourquoi on ne fait pas la même chose? Et puis, c'est pas contre personne, hein. Le Québec a intérêt à ce que les communautés soient fortes. Tu es d'accord avec moi! Si les Haïtiens dépensent chez les Haïtiens, ça fait une communauté forte. Ça va faire moins de délinquance, plus d'emploi, ça va faire plus de richesse. Finalement, tu comprends, quand ils dispersent l'argent, ça va faire un décalage. Ils sont comme responsables d'une disparité entre les communautés. Parce qu'eux, ils



n'ont pas fait leur part; parce que vous êtes responsables de faire en sorte que quand vous avez 10 dollars à dépenser, vous vous assurez que, chez un de vos frères qui en ont besoin, vous dépensez cet argent là. Mais on n'est pas capable».

S'il ne croit pas à la stratégie de «blanchisation», il admet, cependant, que son entreprise n'a qu'un seul défaut, le «fait d'être haïtien» :

« Mon entreprise, ça va de mieux en mieux. C'est une entreprise qui va être un succès. Ça c'est sûr mais les difficultés, il faut en passer à travers. Le plus gros problème de l'entreprise de Nacius est le fait d'être haïtien. Le plus gros problème! Premièrement, les Haïtiens boudent en partie. Et les étrangers sont réticents parce que c'est haïtien. Après ça, ça va réussir».

Marlène est une haïtienne de la deuxième génération. Elle a une pharmacie qui porte le nom d'une grande chaîne pharmaceutique canadienne. Cette entreprise a une quarantaine d'employés dont seulement deux Haïtiennes (Une pharmacienne et une caissière). Elle embauche des gens de différente origine nationale : des Maghrébins, des Québécois, des Italiens, etc. Les Italiens sont dominants et comptent pour une dizaine. La propriétaire s'identifie comme haïtienne et est membre d'une association d'entrepreneurs haïtiens à Montréal. Maria qui est aussi haïtienne et pharmacienne est une de ces employés modèles. Pourquoi n'a-t-elle que deux employés haïtiens? La peur qu'on établisse une association directe entre elle et un acte reprochable d'un employé haïtien ou noir semble être la cause. Marlène souligne un fil à retordre :

« J'engage par compétence. Si la personne ne m'apporte pas quelque chose, je ne l'engage pas. Maria, par exemple, m'amenait d'abord une licence professionnelle, ses compétences, un sourire, sa loyauté. Ça fait longtemps qu'elle est avec moi. C'est un employé que j'apprécie, pas parce qu'elle est haïtienne. Elle est toujours souriante, flexible, disponible. Elle donne du bon rendement, pas parce qu'elle est haïtienne, parce qu'elle est compétente. Si une personne fait une erreur, les gens l'associeraient à moi tout d'abord parce qu'on est noir. Si on m'associe à quelqu'un, il faut que cette personne soit bonne. Je ne peux pas me permettre qu'on m'associe n'importe comment et à n'importe qui ».

Pour cette raison, Marlène ne semble pas avoir de préférence à embaucher ni noir ni haïtien car même à compétence égale, son choix dépend d'un ensemble de conditions subjectives, de la personne à qui elle s'aligne :

« Ça dépend de ce que la personne dégage, si elle a un sourire. M ! C'est une bonne question, à compétence égale! Sur papier c'est le non verbal qui importe. Si le non verbal est la même chose, honnêtement, je ne sais pas. J'y vais d'après mon feeling, avec qui je m'aligne. Ce n'est pas forcément du côté haïtien. Supposons qu'un employé se comporte mal avec un patient Québécois; si celui-ci me connaît et c'est un employé noir, ça m'affecte plus. Donc, là où je peux engager un employé blanc à 100%, il faut que l'employé noir apporte quelque chose de plus. On n'est pas assez mignon pour qu'on nous engage jusqu'au bout. Moi, j'ai des exigences pour moi. J'en ai avec mes employés ».

Ainsi Marlène est toujours sur ses gardes quand elle doit embaucher « un noir ». Son action est imprégnée des discriminations sociales dont elle est victime et qu'elle intériorise en tant qu'employeur noir. Ainsi, même à compétence égale, un noir n'a pas le privilège car « le noir doit avoir un plus pour être embauché »; nous « ne sommes pas assez mignon » pour influencer la décision.

À l'opposé de Marlène, Mathurin qui embauche les travailleurs qualifiés applique une discrimination positive pour les immigrants. L'essentiel, pour lui, c'est que les immigrants sont souvent polyvalents et surqualifiés :

« En général, ce sont des gens surqualifiés, les immigrants. Malheureusement, certains employeurs ne le comprennent pas. J'ai deux employés. Il y a une qui vient de l'Algérie, c'est une blanche et l'autre qui est haïtien. Mais moi, quand il s'agit de consultants, je priorise des consultants haïtiens. Mon comptable agréé est haïtien; mes avocats sont des haïtiens. Écoutez, s'ils sont bons pourquoi allez ailleurs; j'ai un conseiller en gestion qui est haïtien. Je m'entoure ».

Enfin, les différentes caractéristiques économiques présentées ci-dessus indiquent clairement qu'il s'agit de très petites entreprises dépourvues de ressources de classes dont les plus importantes sont les ressources financières. Une telle économie a intérêt à utiliser la main-d'œuvre co-ethnique puisqu'elle ne peut pas payer un salaire très compétitif et est très peu encline à offrir des avantages extra-salariaux (Assurance, congé payé, etc.).

### 3.3. L'entrepreneurship haïtien : au-delà des stratégies individuelles

Bien que la création d'entreprise privée soit et reste un projet individuel, le cas échéant, familial ou d'actionnaires recherchant le profit avant tout, cela n'empêche que les entreprises haïtiennes s'inscrivent parfois dans une visée communautaire. L'analyse de la perception que les entrepreneurs se font de ce que leur entreprise représente pour eux-mêmes et pour la communauté renvoie à des enjeux communautaires qui caractérisent l'histoire sociale du groupe. L'action originelle des uns ou des autres est ancrée, soit dans un cadre de survie familiale, d'autonomie financière personnelle ou de la réalisation d'un rêve commencé en Haïti, soit dans le cadre d'une mémoire sociale qui n'est pas celle de l'individu personnellement mais celui du groupe. Mais quel que soit l'ancrage de départ, l'enjeu devient vite collectif.

#### 3.3.1. Les enjeux communautaires

Prenons le cas de Monsieur Roland<sup>38</sup>, originaire d'un milieu rural haïtien, issu d'une famille nombreuse et pauvre, arrivé au Québec en 1972. Après une révocation annoncée en 1984, il décida d'ouvrir une boutique de produits alimentaires pour faire vivre sa famille. Il explique ses motivations :

« Bon, quand on a commencé notre but c'était de travailler pour pouvoir faire vivre ma famille. L'entreprise ne s'appelait pas ainsi. Mes amis ont trouvé que l'ancien nom n'était pas assez haïtien. Par la suite, on a réalisé que cette entreprise a pris une autre dimension au sein de la communauté. Parce que j'ai vu qu'on n'avait pas grand-chose, il fallait donner une sorte de transparence à la communauté. Il en manquait beaucoup. Alors au cours de route, j'ai dû aller à la ville pour changer le nom. C'est alors que j'ai réalisé qu'on ne pouvait pas faire ça seul. J'ai dû appeler mon ami qui est avec moi, mon associé. Avec le temps le monde commençait à nous faire confiance. Alors on a vu que ça représente quelque chose pour la communauté. On a vu qu'on a besoin de transparence. Il fallait montrer qu'on pouvait faire quelque chose en dépit des difficultés qu'on connaît.

<sup>38</sup> Deux coïncidences le conduisent au Québec. Après ses études primaires, il a cherché en vain à entrer à une école de moyenne agriculture. Par la suite, un grand frère le fait venir à Port-au-Prince pour apprendre la mécanique auto dans un garage. Un peu plus tard, son frère est mort dans un accident de voiture. Et il n'y avait plus de secours dans la famille. Il lui incombait de prendre la relève. C'est alors qu'il décida d'émigrer. Une fois arrivée en cette terre d'accueil, il ne pouvait ni se donner le loisir d'étudier ou d'apprendre une profession. Il a été à l'école pendant trois mois pour apprendre le français et l'anglais et s'est mis à travailler pour survivre et aider sa famille en Haïti.

Et puis de montrer aux jeunes que tout est possible si l'on met de la discipline et si l'on fait un peu de sacrifice on pourrait faire quelque chose de bien ».

C'est dans la quotidienneté des choses que Roland découvre l'enjeu communautaire de son entreprise. Il se sent alors incapable de relever seul le défi. Il fait alors appel à un ami comme associé. Roland a dû changer le nom de l'entreprise pour donner de la visibilité au groupe. C'est alors que l'entreprise prend son nom actuel qui fait référence à l'imaginaire haïtien sans le nommer. L'enjeu communautaire de l'entrepreneuriat pour lui est triple : « donner de la visibilité au groupe; frayer un chemin pour les jeunes; et montrer que les Haïtiens peuvent faire quelque chose ».

Pour Rosefort qui possède une station de presse, son entreprise est la continuité de ce qu'il a commencé tout jeune en Haïti (ancrage personnel). Pourtant, l'enjeu qui s'impose à lui est de changer la perception négative que la société québécoise a d'Haïti. L'entreprise doit poursuivre alors deux fonctions importantes : structurer la communication au sein de la communauté et faire connaître les Haïtiens autrement que ce qu'on voit à la TV ou tels qu'ils sont pris dans l'opinion publique.

« J'ai toujours fait ça. J'ai eu l'opportunité d'ouvrir cet organe de presse pour permettre à ma communauté d'avoir, disons, une possibilité de structurer la communication à l'intérieur de la communauté. Alors je l'ai fait et donc ça représente quelque chose pour moi. L'entreprise joue le rôle qu'elle devrait jouer, pas à 100%. Il y a une autre fonction pour moi aussi qui est extrêmement importante qui consiste à véhiculer, dans la communauté québécoise, chez les étrangers en général, une autre image d'Haïtiens, véhiculer ce que nous vivons, ce que nous sommes, faire connaître les Haïtiens, en général, autrement que ce qu'on voit à la télévision et dans les journaux ».

Pour Mathurin qui n'a plus de problèmes sur le marché, l'enjeu de son passage à l'entrepreneuriat est de montrer qu'on peut être aussi employeur :

« Moi, je n'ai pas de problème sur le marché de l'emploi maintenant mais c'était pas comme ça au début, en revenant du bac. J'ai gravi un peu les échelons. Pour payer les études, j'ai fait n'importe quoi, travaillé dans le « McDo », dans le télémarketing. Quand tu finis par te prouver, c'est mieux mais c'est aussi question de montrer qu'on peut participer à l'économie locale non juste comme employé pour une entreprise mais aussi on peut devenir employeur. Cela permettrait, peut-être à mes

enfants, d'hériter une petite entreprise et puis aussi de comprendre le trajet migratoire d'une autre façon, non pas de vendre nos forces de travail mais d'être créateur d'emploi ».

Après avoir décroché des diplômes et avoir gravi des échelons sur le marché du travail, le personnel et le collectif se rejoignent un jeu démonstratif : « prouver qu'on peut devenir employeur »; laisser un héritage aux enfants afin qu'ils n'aillent pas eux-mêmes vendre leur force de travail. Enfant aisé dans son pays d'origine en tant que fils de deux grands propriétaires fonciers, Mathurin refuse que ses descendants inscrivent leur histoire dans la logique de la migration de travail misérable.

### **3.3.2. L'entrepreneurship comme réponse au racisme**

Ces enjeux s'associent en toute vraisemblance à un sentiment de « honte sociale » qui traverse la communauté et que l'on retrouve chez les entrepreneurs échantillonnés. C'est le sentiment que la communauté ne bouge pas et qu'on pourrait faire mieux. Roland a une firme d'environ deux millions de dollars de chiffres d'affaires. Il situe ainsi le cadre de son action :

« Ce que nous faisons, nous essayons d'ouvrir la barrière pour que les jeunes puissent entrer. J'espère qu'ils vont pouvoir faire mieux que nous. C'est ce que nous avons fait là jusqu'à présent. Mon insatisfaction là n'est pas au niveau d'argent; c'est surtout pour la communauté. Quelqu'un qui est capable de faire quelque chose, il faudrait le faire pour donner un peu de transparence, pas seulement personnelle, mais pour la communauté. Si quelqu'un a de l'argent à investir, il faut l'investir. Il faut montrer que ça vient de notre communauté. Parce que, que l'on veuille ou non, les gens regardent ça quand même. Si j'avais de l'argent, je l'investirais; je ferais quelque chose pour montrer que la communauté bouge ».

Roland est un immigrant non qualifié qui travaille dans le secteur alimentaire. Il côtoie tous les jours le public haïtien. Il peut bien exprimer le sentiment qui traverse la communauté. Il souligne deux faits d'extrême importance pour une analyse approfondie : la situation difficile des jeunes et l'insatisfaction collective. En général, les jeunes qu'ils soient de la deuxième génération ou qu'ils soient des immigrants qui ont étudié plus longtemps dans le pays d'accueil, c'est-à-dire qui y ont des études primaires ou secondaires, sont mieux intégrés que leurs parents. Ils devaient avoir

plus de chance que ces derniers. Pourtant, ce sont ces derniers qui se battent pour leur frayer un chemin. C'est un indice des difficultés d'intégration sociale liées peut-être aux caractéristiques sociologiques de ces jeunes mais surtout à l'hostilité du milieu d'accueil, les discriminations auxquelles ils font face. En ce qui concerne l'insatisfaction collective, c'est un appel à la responsabilité individuelle et communautaire. Il faut investir pour donner une autre image de la communauté, pour montrer qu'elle bouge. Cela traduit une situation d'inconsistance face au statut collectif du groupe, c'est-à-dire sa position sociale inférieure. D'autres répondants vont dans le même sens.

Rosefort est avocat et se trouve dans le secteur de la communication, il situe l'origine de ce sentiment de honte sociale :

« Les immigrants, les enfants des immigrants quand vous les écoutez parler ; si vous ne les voyez pas, vous allez croire qu'il s'agit tout simplement des Québécois de pures laines. Si vous ne voyez pas qu'ils sont noirs, qu'ils n'ont pas «la bonne couleur» (entre guillemet), n'est-ce pas ? Vous croiriez qu'ils soient des Québécois, ils ont l'accent et tout. Nos jeunes ne parlent quasiment pas créole. C'est pas une chose dont on pourrait être fier mais c'est une réalité... Les pures laines disent que les immigrants préfèrent s'acoquiller avec des anglophones ou rester dans leur ghetto linguistique. Ah non, ils n'ont rien voulu savoir. On dirait que les Québécois veulent toujours se plaindre du comportement de l'immigrant sans jamais lui donner un bénéfice, sans jamais l'aider à s'intégrer vraiment à la société. Vous comprenez qu'est-ce que je veux dire. Cette entreprise là, c'est la preuve que les immigrants veulent s'intégrer à la majorité québécoise parce que nous parlons leur langue. La langue c'est un débat à cent milles à l'heure au Québec là et toujours, n'est ce pas ».

Pour lui, les jeunes sont parfaitement assimilés au niveau culturel. Cependant, l'assimilation culturelle ne concorde pas à leur intégration économique parce que les exigences d'intégration faites à ces jeunes ne s'accompagnent pas de mesures facilitant leur intégration effective.

Pour sa part, Nacius est propriétaire de la plus grosse entreprise de notre échantillon. L'entrepreneuriat a pour lui un double enjeu démonstratif. Prouver, d'abord, aux

Haïtiens qu'ils sont capables de grandes choses. Ensuite, se valoriser devant les autres communautés. Il expose sa logique :

« Je gagnais ma vie très bien dans l'assurance. J'avais un très bon salaire. J'ai gagné au-delà de 85,000 dollars l'an. Si je restais dans l'assurance, j'aurais un très bon salaire, de belles voitures mais je n'aurais pas réalisé mon rêve. Mais moi, je suis quelqu'un qui aime beaucoup ma communauté. Je suis en affaires pour deux raisons. Premièrement pour faire de l'argent. Deuxièmement c'est parce que je crois qu'il est extrêmement important de montrer qu'on est capable de faire quelque chose. Prouver à notre communauté parce que eux, ils ne croient pas qu'on peut faire de grandes choses. Prouver aussi aux autres communautés! ».

Pour Nacius, c'est l'orgueil collectif qui est blessé. Les Haïtiens se croient être dans les bas-fonds de la société québécoise. Il veut alors donner un exemple pour inciter une prise de conscience collective. Il s'agit de promouvoir la culture d'affaires.

Pour Zabulon, un propriétaire de taxi, qui a une maîtrise en chimie et qui est impliqué dans une organisation communautaire ayant des activités en Haïti, ce sentiment de honte sociale provient d'une prise de conscience communautaire. Les Haïtiens ont compris qu'ils sont en train d'être dépassés par des communautés d'établissement plus récent et de moindre importance. Zabulon s'explique :

« C'est basé sur une prise de conscience. Les gens ont compris que les autres communautés évoluent. Les Cambodgiens, les Laotiens sont venus ici, je ne sais pas si c'est après les Haïtiens. Mais à Montréal, la communauté haïtienne est l'une des plus grandes communautés. C'est la troisième ou la quatrième en importance. On est une très grande communauté comparée aux Cambodgiens, aux Laotiens, aux Dominicains, aux Africains, etc. Et puis on n'a rien fait. Les Haïtiens ont compris qu'ils étaient là avant les autres qui sont en train de les dépasser. Ils en ont pris conscience. Cette analyse là est en train de rapporter des dividendes d'après moi ».

Dans la perception de Zabulon, les Haïtiens se culpabilisent de n'avoir rien fait. Ils se hâtent de rattraper les autres communautés immigrantes. C'est ce qui créerait l'envie de créer des entreprises, le besoin de visibilité. Il croit, cependant, que ce sentiment de culpabilité a des effets positifs pour la communauté haïtienne.

Pour Frank qui est diplômé en « machinisme » et qui fonctionne comme travailleur de taxi depuis plus de vingt ans, son entreprise s'inscrit dans un ancrage communautaire et de luttes sociales. Il est propriétaire d'une entreprise de taxi. L'enjeu de son entreprise est de dominer la mémoire sociale d'une trajectoire d'insertion faite d'humiliation et de luttes contre le racisme. Sa satisfaction, dit-il, tient au seul fait que l'entreprise appartient à un Haïtien.

« Ma liberté, c'est la raison primordiale qui m'a poussé à faire le taxi. Quand on travaille avec les gens, il y en a qui ne nous respecte pas. Ils nous disent n'importe quoi et nous faire de la méchanceté. Pour moi, ma plus grande satisfaction est de voir que j'ai réalisé cette entreprise. Ma fierté, c'est le premier jour où je sors avec la permission de la ville pour porter cet insigne sur le capot de la voiture. Ce qu'elle signifie pour moi, je ne suis pas moi-même en mesure de l'expliquer. C'est une fierté. Même si je ne fais pas un sou dans la compagnie mais au moins ça je le réalise. Cette compagnie est supposée représenter la même chose que la station de radio X qui symbolise pour nous le droit à la parole ».

Pourquoi une telle fierté? Elle renvoie à une histoire. Elle semble signifier pour Frank la domination de sa propre histoire pour relever la honte vécue. Ainsi créer une compagnie de taxi haïtienne qui partage le contrôle de l'industrie de taxi montréalaise tend à définir, dans sa perception, un « nous identitaire haïtien » et à projeter une certaine visibilité sociale. Ce nous, représenté par 2500 chauffeurs de taxi haïtiens et 700 Haïtiens propriétaires de permis de taxi (700) dont la valeur marchande s'élève aujourd'hui à \$230 mille dollars par permis, est le symbole d'une force économique qui pourrait incarner la confiance par la solidarité et la coopération en affaires. Frank nous dit comment l'entrepreneuriat haïtien parvient à épouser une dimension de la lutte sociale. Il avoue avoir subi, avoir connu et vécu le racisme dans les années 1980:

« Ces années là, mon ami, même dans le taxi, ça n'a pas été facile non plus. On a mené des guerres féroces pour avoir notre part du gâteau. Ça n'a pas été facile. Par exemple, au début, un client appel un dispaheur qui distribue l'appel aux taxis. Et puis, c'est un noir qui est au poste. Il (le dispaheur) répond : or, non, non Monsieur, c'est pas bon pour vous. Si vous êtes premier au poste, un client arrive, voyant que c'est un noir, il continue la ligne jusqu'à ce qu'il trouve un chauffeur blanc. A la fin c'est le gouvernement qui a mis pied là-dans par suite des manifestations que, nous autres, nous avons fait. C'est celui qui est premier au poste qui doit



embarquer le client. Si un autre, une autre race embarque le client, on dépose une plainte et on l'appelle toute suite et puis on lui donne une peine ».

Pour lui, il y a un lien fort entre le développement du secteur taxi et les Haïtiens de Montréal. Les innovations dans ce domaine leur sont redevables comme, par exemple, la création du secteur adapté pour les personnes handicapées. En 1995, dit-il, huit camions adaptés sur dix à Montréal appartenaient à des Haïtiens, revenant à \$64 000 l'unité. Il y en avait un besoin tel que le gouvernement accorde en 2001, dit-il, une subvention de \$20 000 par camion. Si le groupe a une contribution certaine dans certains secteurs de l'économie québécoise, Franck y voit l'enjeu de la récupération de la mémoire collective des immigrants Haïtiens :

« Dans le taxi, ce sont les noirs Haïtiens. Je n'ai jamais rencontré un Jamaïcain dans le taxi, pas même un noir africain. Jamais! Jamais, je n'en ai pas rencontré un. Les Haïtiens embrassent le taxi, les Libanais, les Juifs. À l'époque même, les compagnies de taxi n'ont pas voulu accepter un noir dans sa compagnie. Si moi, j'ai mon propre taxi, si je décide de faire partie de telle compagnie. On me disait : non Monsieur, il n'y a pas de place pour vous. On ne prend pas de noirs. Mais maintenant c'est changé après les combats menés. On ne rencontre plus ces mêmes difficultés. La porte est ouverte. J'ai pu avoir ma propre compagnie de taxi. Comprenez-vous? Maintenant la porte est ouverte pour les noirs et pour les blancs».

Un tel secteur est devenu un enjeu de représentation, de sens pour ces immigrants aussi bien que leur groupe ethnique. Franck explore ce symbolisme:

« Pour moi, c'est une victoire. C'est une grande victoire pour moi et ça devrait l'être également pour mes confrères. Mais le taxi actuellement a beaucoup de nouveaux chauffeurs et propriétaires qui ne sont pas au courant des difficultés qu'on avait avant. Comprenez-vous? Ça devrait être pour les anciens, les vétérans comme moi une grande victoire. Parce que la porte est ouverte. Il y a des compagnies de taxi ici où les noirs sont majoritaires».

Ce secteur présente une particularité par rapport à l'économie ethnique. Si la propriété ou le service est haïtien, la clientèle est blanche. Et c'est là tout l'enjeu face au racisme qui a surtout marqué ce secteur.

L'entrepreneuriat haïtien semble donc, au-delà des stratégies individuelles, être un lieu de lutte sociale. C'est la lutte non seulement pour une place sociale (intégration économique, visibilité sociale, se faire accepter) mais aussi une lutte pour effacer une mémoire collective faite d'humiliation et de honte. Le sentiment de lutte est tel qu'il semble plus manifeste et pragmatique au niveau du discours des entrepreneurs qu'à l'échelle globale de la communauté haïtienne.

### **3.4. Conclusion**

À regarder de plus près la trajectoire d'insertion des immigrants étudiés et les circonstances entourant le passage du simple travailleur à celui d'entrepreneur, trois choses frappent l'attention. Premièrement, le traitement discriminatoire était le même pour le groupe, indépendamment du niveau de capital humain initial. Deuxièmement, certains se trouvaient dans une situation de vulnérabilité économique, de mise à pied effective ou imminente lorsqu'ils ont décidé de se lancer en affaires. En troisième lieu, originaires de couches populaires et de familles ayant une tradition de travail autonome, certains ont subi l'influence de l'habitus d'affaires familial où ils puisaient leur stratégie d'action. Les parents étaient eux-mêmes à leur propre compte en Haïti et ils ont participé, d'une manière ou d'une autre, en tant qu'enfants aux activités de leurs parents.

Les entrepreneurs ont au départ un profil très hétérogène. Ils suivent un processus d'homogénéisation dans leur trajectoire d'insertion par suite de la déqualification sociale des diplômés. Mais ces derniers ont recouru à une stratégie de requalification sociale. À l'arrivée, cinq répondants sur treize ont atteint un niveau d'études post-secondaires. Au moment de notre étude, dix sur treize ont atteint ce niveau. Ils sont tous arrivés après 1970 et étaient tous jeunes âgés de moins de 30 ans. Le passage à

l'entrepreneurship était motivé pour certains par la perte effective ou imminente d'emploi et pour d'autres par un désir de mobilité sociale. À l'exception d'une entreprise fondée en 2003, les entrepreneurs de notre échantillon déclarent tous que leur situation économique s'est considérablement améliorée. Ils se disent satisfaits de leur parcours jusqu'ici tout en étant insatisfaits quant à la situation des Haïtiens pris collectivement. Toulouse et Brenner (1992) et Brenner, Célas et Toulouse (1992) ont confirmé la tendance à la motivation d'affaires chez les entrepreneurs issus de la deuxième vague. Par contre, notre échantillon ne comprend aucun immigrant de la première vague, les professionnels réussis qui ont investi dans l'immobilier avec des non Haïtiens pour « valider leur intégration réussie » (Toulouse et Brenner, 1992).

En ce qui a trait à la provenance du capital de départ, notre étude de cas a révélé qu'il vient dans neuf cas sur treize de la communauté, c'est-à-dire de l'économie personnelle de l'investisseur, de la famille et des amis. Seulement quatre entrepreneurs sur treize ont bénéficié d'un prêt bancaire et aucun d'entre eux n'a reçu une subvention publique. Ce qui contraste radicalement avec le résultat trouvé par Toulouse et Brenner. Selon eux, le « capital de départ vient rarement de la communauté haïtienne, quelques fois de subventions gouvernementales et dans 65% des cas de la banque » (Toulouse et Brenner, 1992 : 17).

Les entreprises haïtiennes de Montréal échantillonnées sont en général de très petites entreprises. Les recherches antérieures sont arrivées à la même conclusion (Brenner, Célas et Toulouse, 1992, CDEC-Centre Nord, 2001). Les entreprises incorporées ont tendance à avoir un capital de départ plus élevé (deux sur trois ont un capital entre \$Ca 200 000 et 500 000 alors que celui de la grande majorité se situe entre \$Ca 10 000 et 29 000). Mais les entreprises individuelles sont dominantes (neuf sur treize). Les petites entreprises ou celles qui desservent une clientèle à dominante haïtienne ou exclusivement haïtienne ont tendance à embaucher exclusivement des Haïtiens. Par contre, les plus grandes ou celles qui visent une clientèle extra-ethnique ont tendance à embaucher davantage des étrangers ou des non-haïtiens. Ces résultats ne corroborent pas ceux trouvés par Toulouse et Brenner (1992 :17). Selon eux, les

employeurs haïtiens n'engagent pas d'Haïtiens. Si la différence n'est pas due à la petite taille de notre échantillon, il se peut que les résultats de la recherche antérieure aient été influencés par certaines « grandes entreprises » sans tenir compte des disparités par catégories d'entreprises. Dans notre cas, la propension à embaucher des non-Haïtiens paraît être une stratégie d'efficacité commerciale pour contourner les effets du racisme.

En effet, un des résultats les plus surprenants discutés dans ce chapitre concerne la place des entreprises échantillonnées dans la dynamique communautaire et dans les rapports sociaux ethniques. Alors que les entreprises échantillonnées s'inscrivent au départ dans un ancrage le plus souvent individuel et familial structuré autour d'une fin que sont le profit et la mobilité sociale de l'entrepreneur, elles parviennent rapidement à épouser une visée communautaire. Cette visée transparaît dans la perception des entrepreneurs de ce que représente leur entreprise pour eux-mêmes et pour la communauté. Il en ressort que la mémoire collective, c'est-à-dire l'histoire sociale d'insertion des Haïtiens au Québec soit un principe structurant de cet entrepreneuriat. Les enjeux collectifs qu'il cristallise au-delà des stratégies individuelles reposent sur une insatisfaction collective et un sentiment de culpabilité et de honte sociale qui appelle à une prise en charge individuelle et communautaire. Alors que la quasi-totalité des entrepreneurs interviewés se dit avoir personnellement réussi, ils éprouvent une très grande insatisfaction collective relevant de la position sociale du groupe jugée inférieure. La préoccupante situation de marginalisation des jeunes qui marque l'échec des efforts d'intégration et la prégnance du racisme et d'autres formes de discriminations et d'inégalités sociales basées sur l'ethnicité en est une cause. Alors qu'en général, les jeunes immigrants et ceux issus de l'immigration sont mieux intégrés que leurs parents ou leurs aînés parce qu'ils sont éduqués plus longtemps dans le système, ce sont au contraire ces derniers qui s'attèlent à frayer un chemin pour ces jeunes.

En outre, les répondants considèrent que les Haïtiens forment la strate inférieure de la société québécoise. Ils se réfèrent à un « nous haïtien » qui n'a rien fait au Québec,

qui devait faire mieux, qui a un accès limité aux ressources (publiques) mais qui paraît révolté de s'être toujours accommodé aux emplois précaires. Cela donne lieu à un enjeu démonstratif multiforme. Il s'agit de prouver qu'on peut faire « quelque chose », qu'on peut être aussi bien un employeur qu'un bon travailleur; de se donner de la visibilité sociale et de changer l'image des Haïtiens et d'Haïti dans l'opinion publique québécoise et canadienne. Ces visées mettent en phase sur la responsabilité communautaire comme réponse au racisme. Les frustrations collectives dont elles découlent ne semblent pas donner lieu à des actions collectives appelant à la responsabilité publique vis-à-vis de la communauté. Au contraire, elles mettent en exergue la culpabilité des Haïtiens qui n'ont pas fait assez pour égaler les autres communautés ethniques. Ce sentiment de retard cristallise une honte sociale, un état d'humiliation ressentie par les répondants. Il résulte, pour certains, de la propension de la société d'accueil à exiger des minorités toujours plus d'efforts d'intégration tout en maintenant des barrières à cette intégration. Ce qui pousse à la limite à assumer une responsabilité communautaire. Mais l'écart entre le niveau subjectif et le niveau objectif de cette responsabilisation conduit à ce jugement négatif du groupe vu en terme de manque de solidarité et d'une économie ethnique prospère. Toutefois, la prise de conscience qui accompagne ce sentiment négatif semble avoir pour effet positif d'inciter dans certains réseaux une tendance ou tout au moins un débat sur une possible stratégie d'incorporation ou de mise ensemble des ressources.

Cependant, cette responsabilisation communautaire revêt, dans certains secteurs fortement marqués par les luttes anti-racistes comme le taxi, un niveau de luttes sociales. Alors qu'au début, les entrepreneurs du taxi ont lutté pour accéder à une part équitable du marché, ils cherchent de nos jours à y exercer un certain contrôle. Ce contrôle apparaît être un moyen de dominer la mémoire sociale faite d'humiliation et de luttes anti-racistes, de faire reconnaître le rôle joué par les Haïtiens dans le développement et la modernisation de cette industrie montréalaise. Mais loin de là, si les Haïtiens sont en nombre dominant dans l'industrie de taxi montréalaise, les compagnies de distribution d'appel qui en a le contrôle lui sont quasi-totalement étrangères. À peine une compagnie est haïtienne et se veut être multiethnique.

Pourtant, elle symbolise une victoire pour les prétendants compte tenu qu'à certains moments, on leur a refusé le droit d'adhésion à une compagnie parce qu'ils sont noirs. Mais le niveau de coopération socioéconomique nécessaire entre les compatriotes haïtiens pour poursuivre des buts collectifs exemplaires reste encore problématique.

## **Chapitre 4**

### **La portée des réseaux sociaux dans l'entrepreneurship haïtien à Montréal : reconnaissance ou réclamation de la solidarité ethnique**

Ce chapitre traitera du rapport entre l'entrepreneurship haïtien à Montréal, c'est-à-dire la dynamique de création et le succès d'entreprises appartenant à des Haïtiens et la solidarité ethnique qui définit, d'une part, la préférence des Haïtiens à consommer des produits et services haïtiens, à travailler et à investir avec des compatriotes haïtiens et, d'autre part, la capacité du groupe à faire front commun pour défendre des intérêts collectifs. Cette solidarité ethnique prend corps sur des réseaux sociaux. Les réseaux désignent les relations interpersonnelles ou institutionnelles que les Haïtiens établissent entre eux et/ou avec des personnes d'autres groupes pour la poursuite des fins spécifiques ou diverses. L'entrepreneur ethnique est vu comme une personne qui dispose des atouts propres pour, d'une part, mobiliser les ressources disponibles dans une communauté donnée et, d'autre part, drainer des ressources externes vers cette communauté. Ces atouts se fondent généralement sur des liens sociaux forts (liens durables de connaissance et de confiance comme les liens de parenté et d'amis) ou sur des liens sociaux faibles (des relations institutionnelles, des contacts spontanées).

Le chapitre vise à faire le point sur la perception de la solidarité dans la communauté haïtienne et à établir le rapport entre la solidarité ethnique et le succès de l'entreprise dans la perception de des entrepreneurs haïtiens échantillonnés. Autrement dit, l'objectif est de répondre à la question de reproduction ou non des réseaux haïtiens de solidarité au Québec, en particulier ceux qui sont mobilisés par les entrepreneurs pour réussir en affaires. Il s'agit de faire ressortir les points de vue des entrepreneurs échantillonnés sur les questions suivantes. La communauté Haïtienne de Montréal est-elle solidaire ? Comment la solidarité ethnique contribue-t-elle au développement de l'entreprise? Nous chercherons à mettre en exergue : 1) la tendance à la mise en commun des ressources pour créer des entreprises; 2) la tendance à la création de

structures de coopération d'affaires permettant aux entrepreneurs d'avoir un potentiel de contrôle sur les ressources individuelles, d'avoir accès aux ressources externes et de défendre des intérêts communs.

Trois points structurent le chapitre. Nous commencerons par retracer les différents types de réseaux qui sont mobilisés pour la création des entreprises. En suite, nous discuterons de la reconnaissance ou de la réclamation d'une solidarité ethnique. Il s'agit de camper deux conceptions d'affaires divergentes qui traversent l'entrepreneurs hip haïtien et qui s'opposent sur la place de la solidarité ethnique. En troisième lieu, nous présenterons un état des lieux de la solidarité ethnique comme type d'action collective à partir de trois cas : 1) le taxi; 2) le secteur de voyages organisés; 3) le secteur des « marchés » alimentaires. Il s'agit de dégager les difficultés qu'éprouvent les entrepreneurs haïtiens à s'organiser.

#### **4.1. Réseaux sociaux mobilisés par les entrepreneurs haïtiens**

Nous distinguons quatre types de réseaux qui sont mobilisés par les entrepreneurs échantillonnés. Ce sont : les réseaux familiaux; les réseaux d'amis; les structures médiatrices ou groupes spécifiques à vocation identitaire et les réseaux ethniques au sens large. Chacune de ces catégories influe l'entrepreneurs hip immigrant de différentes manières. Les réseaux familiaux, par exemple, génèrent souvent des supports financiers appréciables (prêts, aide, co-investissement), fournissent des travailleurs familiaux, recrutent des employés, etc. Dépendamment de l'intensité des liens d'amitié, les réseaux d'amis peuvent remplir des fonctions similaires. Ils peuvent aussi élargir la clientèle en y amenant des amis et des personnes-ressources. Ils jouent un rôle fécond en matière de publicité de bouche à oreille, de contacts avec autrui et de rencontres d'affaires intéressantes. Il en est de même pour les réseaux ethniques. Certains entrepreneurs ont misé sur ces deux types de réseaux qui sont largement étudiés dans le cadre des migrations maghrébines en Europe. Ils jouent un rôle inestimable en matière de publicité et de demandes marchandes. Ils fournissent également des marchandises par moyens des voyageurs ambulants. Quant aux



structures médiatrices, elles constituent les lieux de concertation et de formation de la solidarité ethnique.

#### **4.1.1. Les réseaux familiaux**

En général, l'ensemble des entrepreneurs de l'échantillon a reçu un support quelconque de leur famille allant de leur entrée au Canada au fonctionnement de l'entreprise créée. Une seule personne de notre échantillon ne connaissait personne à l'arrivée. Quelques-uns ont été parrainés par un membre de la famille et ont bénéficié de son support pendant des mois consécutifs. Certains ont utilisé les réseaux familiaux pour trouver un emploi. L'appui financier pour la création de l'entreprise vient le plus souvent de la famille. Prenons le cas de Marie-Louise, une coiffeuse parrainée par son fiancé. Elle avait 22 ans. À son tour, elle a parrainé sa mère. Elle n'a travaillé que trois mois dans une manufacture puis elle a été renvoyée pour cause de grossesse. Elle était au chômage et en situation de divorce lorsqu'elle devait passer à son compte, ouvrir sa première entreprise. Marie-Louise nous parle du support familial qu'elle a reçu :

« Dans mon cas, ça allait entre 4 à 5 mille dollars comme capital de départ. C'était l'aide de ma mère. Elle me supporte beaucoup dans tout ce que j'ai fait. Je suis sa fille unique et on est toujours ensemble. Monétairement, si j'en ai besoin, elle peut m'aider; avec les enfants aussi. Mais elle travaille tout le temps, elle s'organise ».

Marie-Louise a investi avec des amis. C'est la mère qui a financé la totalité de son investissement. De plus, la contribution de la mère était considérable en matière de support moral et de la garde des enfants.

Par contre, c'est au niveau de l'apport au travail que le réseau familial a surtout contribué. Dix entreprises sur treize emploient des membres de la famille. Jacob est l'un de ceux qui font un bon usage des ressources familiales. C'est le seul immigrant de notre échantillon qui n'a pas été déqualifié. Il a démissionné dans le poste qu'il occupait à une banque pour créer une entreprise avec sa sœur. Il nous parle de la coopération et des membres de la famille employés dans son entreprise.

« Quand on a commencé, ils (les gens) pensaient qu'on était mari et femme. Ils ont été surpris quand ils ont su qu'on était frère et sœur. On a une coopération sans chambard, source d'aura. Les gens le disent ; ils n'en reviennent pas ; il semble que oui. Effectivement, c'est hors normes, ce genre de relation qu'il y a entre ma sœur et moi. Jamais, elle n'a eu aucun problème avec ma femme. Ce qui arrive souvent avec ce triangle là, ça peut engendrer des problèmes. De plus, il y a le frère de ma soeur, ses enfants, à peu près sept à huit proches parents qui travaillent là-dans ».

Certains entrepreneurs n'ont pas de liens familiaux avec des membres du personnel salarié. Cependant, les postes clés du conseil d'administration de l'entreprise sont occupés par des membres de la parenté. Dans trois cas sur treize, des membres de la famille sont des co-investisseurs ou associés. Le premier a investi avec un partenaire de la famille pour acheter une maison. Le deuxième a une excellente coopération avec sa sœur qui dure déjà depuis 20 ans. Bécamel est un troisième cas. Il est lié par une convention d'actionnaires avec sept associés dont trois frères et un beau-père. Il en parle :

« Moi, j'ai des associés. Parmi mes associés, j'ai deux demi-frères, un frère, mon beau-père et trois amis. Seul mon beau-père est québécois. Les autres sont des Haïtiens. Les associés en général, on se connaît depuis trois ans. On a fait une convention d'actionnaires en fonction de la mise de fonds. On a une certaine part, c'est ça. Et puis j'ai rédigé notre convention d'actionnaire, comme ça il n'y aura pas de malentendu. C'est clair, c'est écrit tout le monde a signé ».

Parfois, distinguer la fonction entrepreneuriale des liens familiaux de celle des liens d'amis n'est pas toujours possible en raison du fait qu'ils sont de même nature, c'est-à-dire des liens sociaux forts. Bécamel puise ses associés dans ces deux réseaux.

#### **4.1.2. Réseaux d'amis**

Tous les entrepreneurs bénéficient d'un apport quelconque du réseau d'amis. Ils recourent aux amis, soit pour demander des conseils techniques, recruter des employés, trouver un couloir plus rapide pour légaliser l'entreprise, soit pour avoir accès à un créneau, trouver un prêt sur parole ou pour recruter des associés. Dans cinq cas sur treize, les amis sont à l'origine du passage à l'entrepreneurship. Parmi

eux, Marie-Louise a dix ans d'expérience dans la coiffure. Tout jeune, elle commençait à coiffer ses amis. Elle n'avait nullement l'intention de devenir coiffeuse. L'idée surgissait quand un ami est venu l'annoncer qu'il étudie dans une école de coiffure. Elle a décidé de le rejoindre spontanément. Elle en conte l'histoire :

« C'était pas mon point fort de me voir aller étudier la coiffure. Mais depuis jeune, on m'avait dit que je suis bonne. Après que j'ai eu mon deuxième enfant, je ne voulais pas rester à la maison. Et puis, un ami est venu me dire : Marie, j'étudie à TELLE Place. Et d'un coup, j'ai décidé de le retrouver là-bas. Tu niaises, dit-il ! C'est comme ça, je suis rendu dans la coiffure. Je n'ai même pas terminé le cours, je me suis arrangée avec mon ami et un autre copain qui travaillait déjà dans le domaine pour ouvrir un salon. Je suis devenue travailleuse autonome et étudiante. La publicité se faisait de bouche à oreille. La coopération a duré environ trois ans. Mais depuis 10 ans, je vis de mon salon ».

Dans son cas, le financement vient de la famille alors que la synergie provient des amis haïtiens. Les trois amis se sont associés pour ouvrir un salon ensemble. Bien que la coopération n'ait duré que trois ans au maximum, Marie-Louise en a grandement profité pour se réaliser comme entrepreneure.

De même, Amado et Nacius travaillaient respectivement dans la construction et dans un magasin lorsqu'ils reçurent un contact qui leur indiqua la voie de la vente d'assurance. Ils sont devenus tout suite travailleurs autonomes avant de passer dans l'entrepreneuriat proprement dit. Pour sa part, le chimiste Zabulon a pris quatre ans de recherche active d'emploi après sa maîtrise pour trouver un emploi. C'est un ami de son frère qui l'a aidé. Lorsqu'il acheta son premier taxi, un ami lui a prêté \$15 000 sur parole. Il a fait état de l'usage qu'il fait du réseau d'amis :

« J'ai dû attendre quatre ans après être diplômé pour trouver un emploi. C'était un contact, un ancien condisciple de mon frère, lui aussi, chimiste qui m'a aidé à l'avoir. C'était dans son travail. Je suis devenu par la suite actionnaire dans l'entreprise. Après dix ans, j'ai vendu mes actions pour \$Ca 120.000 parce que je veux toujours avoir le contrôle direct de mes intérêts. J'ai acheté un taxi pour \$135.000 qui a la valeur marchande de \$ 230.000 aujourd'hui. Mais il me manquait \$15.000. Je ne pouvais pas les emprunter à la banque non plus. Le collègue que j'ai au travail m'a prêté \$15.000 sans un bout de reçu, sans contrat. D'après moi, je suis celui qui a fait de l'argent avec l'argent des autres. C'est exactement ce que ma mère a fait ».

Encore comme propriétaire de taxi, il reçoit l'aide des partenaires et amis qui en assurent en grande partie l'administration. Quand à Madame Boulla, elle s'est rétablie au Québec après son divorce aux États-Unis. Elle travaillait à son propre compte à domicile jusqu'après avoir été forcée de se légaliser à la suite d'une dénonciation. C'est un ami, un ancien fournisseur italien qui lui faisait le salon à crédit (\$20,000). Son unique garantie était sa réputation. Elle en dit plus :

« C'est assez comique. Après mon divorce, l'argent que j'ai eu, j'avais tout mis dans un duplex. Vu que j'ai travaillé à mon compte à domicile, il y a des distributeurs qui venaient chez moi. Il y en a un en particulier, un Italien à qui je dis que quelqu'un m'a dénoncée. Je devais fermer ou aller ailleurs. Il a accepté de me faire le salon à crédit. J'avais déjà des équipements à la maison. Il m'a fourni d'autres équipements. Il a fait le décor, tout et tout. Depuis à la maison, j'étais quelqu'un de très sérieux, quand j'ai dit oui, ce n'est jamais huit. Il a fait le salon. J'ai commencé avec \$20,000 de dette à peu près. On avait fait un arrangement. Grâce à Dieu, j'ai été bénite. Je l'ai payée en très peu de temps ».

En somme, quatre entrepreneurs sur treize avaient reçu des prêts de la part des amis. Dans deux cas, le montant atteint 15% du capital de départ. Il atteint 11,11% dans un autre cas, soit \$Ca 75 000 sur un total d'un demi million de dollars. Il s'agit de prêt sur la parole, c'est-à-dire sans contrat légal ni reçu sur seing privé. Les amis contribuent également en fournissant des informations et parfois des conseils techniques. D'ailleurs, les entrepreneurs eux-mêmes, à une seule exception, n'aident d'autres amis à devenir entrepreneur qu'au niveau des conseils. Quelques exceptions sont les coiffeuses qui enseignent à des apprentis les ficelles du métier ou qui donnent à d'autres propriétaires de salons des cours de perfectionnement en la matière. Bref, parmi les pratiques de solidarité financière courante en Haïti, le prêt sur parole est celle qui semble se reproduire au Québec. Aucun entrepreneur de notre échantillon n'a participé à un « sangue ou sol » pour constituer son capital de départ ou pour trouver des fonds de réinjections. En ce qui a trait au choix des associés, quatre entreprises sur treize ont recruté au moins un ami comme associé alors que sept entrepreneurs sur 13 ont déjà eu des amis comme associés. L'entreprise qui compte le plus grand nombre d'associés en a sept (7).

Tout ce qui précède montre que les réseaux d'amis jouent un rôle fondamental dans l'entrepreneuriat haïtien. Il y a quatre entreprises incorporées sur treize dans notre échantillon. Les deux coiffeuses étudiées en ont chacune à sa manière une expérience amère. Bien qu'il soit préférable d'avoir des associés, concluent-elles, elles ne veulent plus recommencer. Même s'il s'agit d'un membre de la famille ou de son mari, avance Madame Boulla, s'associer demande beaucoup de choses. À la base, il y a souvent le non respect des engagements pris. Dans un cas sur cinq, c'est le viol de confiance qui pose problème.

#### **4.1.3. Structures médiatrices ou groupes spécifiques**

Seulement deux entrepreneurs ont déjà été membres d'une association de propriétaires de commerces de détails, il y a de cela cinq ans, mais qui n'a pas fait long feu. Quatre entrepreneurs sur treize se déclarent être membres d'une association d'entrepreneurs haïtiens fondée depuis environ deux ans.

Parmi les entrepreneurs membres, un jeune de la deuxième génération se distingue particulièrement. Ce dernier fait un usage plus systématique du réseau des professionnels haïtiens et amis, des collègues universitaires et de travail qui viennent souper ou organisent leurs réunions d'affaires dans son restaurant. Étant jeune, il mobilise le réseau de professionnels de moins de 40 ans.

« Moi, je mobilise le réseau des jeunes professionnels haïtiens, les jeunes entrepreneurs de moins de 40 ans. En fait, si tu gardes un lien avec tes anciens collègues de l'université et ils sont dans une compagnie présentement, c'est un lien hein ! Demain, j'ai un contrat de traiteur à l'édifice où j'ai travaillé avant, il y a trois ans. Au début, j'avais comme fournisseur un gars que je connaissais dans un supermarché, il faisait de bons prix. Des supports de la part des gens que vous connaissez ! Mais ce sont des contacts que j'ai eus avant. Contacts, ça aide à ouvrir des portes. En fait, tous mes contrats de traiteur sont des réseaux de contacts qui me les ont donnés, les gens avec qui j'ai gardé un lien. Quand il y a des compagnies qui viennent faire des réservations de groupes ici, ce sont des contacts encore. Oui, support, j'ai du support de tous les réseaux que j'ai bâtis avant ».

L'association d'entrepreneurs dont il est membre, dit-il, lui donne l'opportunité de développer une relation de partenariat plutôt que de compétition avec certains

homologues. Dans ce réseau, une nouvelle conception d'affaires est en train d'émerger. L'accent est mis beaucoup plus sur le rapport prestation-service que sur la solidarité ethnique, continue-t-il. Un autre entrepreneur qui a grandi au Québec et qui a un salon de coiffure dont on a déjà parlé affirme que plus de 80% de sa clientèle sont composés de professionnels haïtiens. Par contre, Nacius qui a émergé hors du circuit professionnel a de grandes difficultés à les mobiliser bien que son entreprise offre des services qui ciblent particulièrement ce public : réunions d'affaires; souper d'associations; réception de mariage, de première communion; célébration d'anniversaires, etc.

« Si les haïtiens décident de faire affaires ici, on va être la salle de réception la plus rentable. Ce n'est pas parce que je veux faire affaire uniquement avec les Haïtiens. Mais si les Haïtiens viennent ici, ça va donner les outils à percer les autres marchés. On va avoir de l'argent pour faire les dépliants, la promotion comme il faut, pour vendre la cuisine haïtienne, parce qu'une fois qu'on vend la cuisine haïtienne, c'est utile à tout le monde. Regarde la majorité des grosses associations professionnelles, il y en a qui n'est jamais venue ici. Ce n'est pas normal ça. La majorité est venue individuellement. Le gars vient danser mais il ne mène pas son association pour un souper. Ils fonctionnent en réseau mais de mauvaise façon ».

L'entreprise de Nacius éprouve des difficultés à contrôler le secteur de marché représenté par les professionnels libéraux, ceux qui ont le pouvoir d'achat parce que, selon lui, ces derniers sont sectaires : « ils fonctionnent en réseau mais de mauvaise façon ». Autrement dit, le cercle de ces professionnels est fermé. Ils sont élitistes et ne s'ouvrent pas assez sur la communauté haïtienne. Parce qu'ils ne supporteraient pas ce qui se fait dans la communauté, le groupe a du mal à vendre sa culture. Cela peut sous-tendre, dans ce cas, que l'entrepreneuriat haïtien ou mieux cette entreprise et les structures médiatrices supposément identitaires ne s'articulent pas ou se supportent.

On s'attendait à une plus grande influence des structures médiatrices. Dans notre cas, la catégorie «structures médiatrices» influence très peu l'entrepreneurship immigrant haïtien jusqu'ici. L'apport des structures médiatrices devrait se traduire, d'une part, par un accès croissant au financement externe et un apport de financement interne

plus ou moins institutionnalisé et, d'autre part, par une amélioration continue du cadre organisationnel de l'entrepreneuriat haïtien. On observe très peu de signe d'influence liée aux structures médiatrices. Très peu d'entrepreneurs ont accès au crédit bancaire et aucun de notre échantillon n'a bénéficié d'une subvention publique. Et l'entrepreneuriat haïtien tel qu'il est reflété dans notre échantillon reste une action isolée, individuelle, sous-tendant une logique communautaire, donc un « self-help ». Il n'est pas placé dans un rapport au politique qui fait appel à des politiques publiques. On n'agit presque pas sur les problèmes de conditionnements structurels. Les entrepreneurs commencent à peine à se donner des représentations organisées.

#### **4.1.4. Réseaux ethniques**

Comment les entrepreneurs échantillonnés parviennent-ils à mobiliser les réseaux ethniques? En premier lieu, nos résultats attestent qu'ils les utilisent différemment. Trois entrepreneurs sur treize présentent en commun le fait d'avoir investi dans ces réseaux à travers des stations de radio communautaires pour acquérir un capital social. D'autres, au contraire, se sont basés sur la connaissance pratique d'un créneau et la publicité de bouche à oreille. Commençons avec le premier groupe. Comment ont-ils procédé? Après être connu dans la communauté, l'un d'eux a ouvert son cabinet d'avocat. Il n'a pas eu du mal à exploiter cette niche ethnique. Il a facilement tiré d'affaire là où un certain nombre de Québécois de sa promotion ont échoué jusqu'à l'abandon de la profession en raison de la très forte compétitivité dans le secteur à Montréal. Lui, il a eu deux avantages : sa notoriété dans la radio et une clientèle de base. Rosefort en fait le point :

« Je suis arrivé ici en 1980. J'ai commencé à faire de la radio en 1987 dans une station communautaire jusqu'à l'ouverture de ma radio. Quand j'ai commencé en droit comme avocat, je n'ai pas eu de misère du tout. Le fait d'avoir été connu déjà, à l'époque, dans ma communauté, ça m'a aidé. Je vis beaucoup d'autres Québécois, qui ont terminé leur baccalauréat en même temps que moi, abandonner la profession parce que ce n'est pas facile sur un marché compétitif de 15.000 avocats dans la province. C'était beaucoup plus facile pour moi que d'autres parce que j'avais une clientèle de base qui est ma communauté haïtienne dont je parle la langue ».

Le second animait une émission sur une station de radio communautaire avant de se lancer dans les affaires. Il était déjà assez connu dans le milieu haïtien lorsqu'il sauta sur une occasion d'affaires. Il y avait une bonne place vide dans un coin où des Haïtiens se présentaient souvent.

« En 1985, ma sœur et moi avons sauté sur une occasion qui se présentait. On a trouvé une installation dans un environnement qui se développait. La clientèle n'était pas loin ; il y avait un va-et-vient qui se faisait dans le coin. En ce temps, j'étais animateur de radio ; je faisais de la publicité pour les commerces. Donc, ça a fait du sens ! C'est un coup de chance, on n'avait pas fait l'étude de marché. Je me suis basé seulement sur le coin et la place et sur le fait que j'étais déjà presque un personnage très connu dans la communauté. Je me suis dit qu'avec l'entreprise, les gens viendraient me connaître un petit peu plus. Effectivement, c'est ce qui s'est fait. Mais les ressources pour partir vraiment, c'étaient ma sœur, ma femme et moi, mes amis et mes enfants, du fait que la banque n'a pas voulu me prêter ».

Jacob reposa son calcul sur son capital social que lui confère ses émissions de radio: « les gens vont chercher à le connaître davantage ». Il démissionna de son travail et ouvrit une boutique alimentaire et un casse-croûte. Les réseaux familiaux et d'amis apportent les ressources financières et humaines. Le réseau ethnique assure la clientèle, donc la réussite. Ainsi il n'avait pas rencontré des difficultés à se tirer d'affaires. Quant au troisième, il était encore étudiant quand il s'investit dans le milieu des églises évangéliques. Parallèlement, il faisait de la radio, animait une émission de musique dans une station de Montréal. Il devenait un religieux très influent. Il prononçait souvent des conférences et était maître de cérémonies de mariages et d'autres fêtes. Après avoir créé une firme d'information et de consultation, il capitalisait sur sa connaissance du milieu évangélique pour se faire une clientèle. Il en profite pour faire de la publicité pour son entreprise. Il creusait ainsi une niche pour la distribution de produits culturels et artistiques haïtiens. Il en parle :

« Moi, j'ai fait de la radio pendant plusieurs années. Je suis connu en ce sens là. J'étais à une radio universitaire. J'ai animé une émission de musique et une émission à caractère communautaire pour la communauté évangélique haïtienne. Il y a un grand réseau là-dans. Je suis animateur de concert. Je suis maître de cérémonie au niveau des conférences et des mariages. Comme je suis collectionneur, je donne



des conférences. Dans la pratique, j'utilise les créneaux pour faire de la publicité. Le résultat est très positif. Les clients viennent davantage. Actuellement, je distribue des films haïtiens, je fais du management pour certains artistes».

Ces investissements permettent à des intellectuels d'acquérir d'abord un capital social en terme de popularité pour ouvrir ensuite une entreprise. D'autres se sont servis de leur habitus d'affaires familial et de leur connaissance de certains réseaux pour développer leur entreprise. C'est le cas du camionneur-mécanicien de cité à Port-au-Prince que nous avons déjà cité. Le fait d'avoir transité à New York avant de s'établir à Montréal, rajouté à son capital d'expérience dans le transport, lui permettait de se lancer très tôt en affaires : deux ans environ. Il est arrivé en 1978 et au début des années 1980, il innovait déjà dans les voyages organisés. Marius nous a conté l'histoire de ce secteur :

« C'est un service organisé pour ma communauté. J'ai vu les problèmes que mes compatriotes ont confrontés avec les autres transporteurs. À l'époque, lorsqu'ils arrivent sur la frontière, ils devaient trouver quelqu'un qui puisse traduire pour eux. Ils ne parlent pas l'anglais. Ils ne pouvaient pas remplir le formulaire de douane. De l'autre côté, la majorité de ceux qui habitaient New York ne pouvaient pas venir à Montréal. Ce sont ceux de Montréal qui rentraient à New York. Étant donné que j'ai vécu deux ans à New York, je connaissais bien la situation. Toute suite, il me vient à l'esprit l'idée de créer une activité d'entrée-sortie New York chaque fin de semaine. J'ai appelé trois amis, on en a discuté. Mais à l'époque, quand j'ai commencé, le billet double de Greyhound coûtait \$60. Il ne faisait pas Manhattan, Brooklyn, New Jersey, Queens. Mais à cause de nous-mêmes, ça ouvre leurs yeux. Ils ont vu que ces zones sont nécessaires. Il voit la clientèle Haïtienne. À Plusieurs reprises, ils m'ont demandé des réunions. Ils m'ont questionné : pour quelle raison tu arrêtes dans tel lieu ; tu arrêtes dans tel autre lieu. Ainsi, ils essayaient de voir si c'est rentable pour eux qui ne s'arrêtent pas dans ces endroits. Puis, c'est devenu un trop beau business, un trop gros business, la communauté ne le mérite plus. Nous autres dans la communauté, nous en avons plus la prérogative ».

Qu'est-ce qu'il a fait? Distribuer quelques cartes à des connaissances et le reste se produit par les réseaux. Ainsi, affirme Marius, le secteur se développe rapidement et était devenu prospère jusqu'à instiguer un conflit avec la multinationale Greyhound.

Ce dernier a lésé les intérêts des entrepreneurs et donc, de la communauté haïtienne : « la communauté ne le mérite plus ».

Nonobstant la question du conflit d'intérêt avec le monopole de « Greyhound », la même chose se produit avec les coiffeuses qui ont commencé à domicile. Elles ont percé en utilisant le réseau ethnique et en misant sur la publicité de bouche à oreille. La publicité est dans chaque tête coiffée : une personne coiffée avec la toute finesse du métier qui capte l'attention des co-ethniques; et ainsi de suite, les co-ethniques sont dirigés vers le point focal. Les coiffeuses soulignent l'efficacité de la publicité de bouche à oreille. Selon la coiffeuse Boulla, c'est beaucoup plus efficace que la publicité médiatique. Cependant, ajoute-t-elle, elle peut être aussi dangereuse qu'efficace parce que si le produit qui sort ne fait pas bon commerce, l'effet inverse se produira. On devra peut-être fermer ses portes. Elle en parle comme suit :

« Chez moi, c'est toujours de bouche à oreille. J'ai commencé par mes amies. Elles amènent d'autres personnes; ainsi de suite et ainsi de suite. On n'a pas besoin de grand réseau. L'essentiel c'est de bien faire. Puis, d'être bonne, à l'heure, respecter les gens. Alors, ça peut commencer par deux, trois. La publicité de bouche à oreille est très importante. C'est plus que la radio. Entre les Haïtiens ça marche très bien cette publicité, si c'est bon ! S'ils sont satisfaits, s'ils sont satisfait seulement (... rit). S'ils ne sont pas satisfaits ! Ah, ça prouve qu'on va fermer la porte. On n'aura pas de clients ».

En somme, toutes les entreprises ont fait quelques utilisations des réseaux ethniques. Il y en a qui s'approvisionne en produits typiques en provenance d'Haïti par le biais des réseaux de commerçants ambulants, c'est-à-dire qui font le va-et-vient entre Montréal et Haïti. Cela dit, le réseau ethnique basé sur des liens sociaux faibles diffère du réseau d'amis fondé sur des liens forts. Le simple contact ethnique est, parfois, le juste nécessaire qui ouvre des portes d'occasion. En voici un exemple. Une informatrice clé qui se trouve dans le domaine de la pâtisserie a été à New York explorer un marché. Guidée par une cousine new-yorkaise, elles partent à la recherche d'un fournisseur de petits bonhommes noirs, « couples noirs » pour les décorations de mariage, de première communion. Elles ne savaient pas où en trouver et les magasins visités ne voulaient leur donner des références. Tout a été résolu

quand, en se promenant d'un magasin à d'autres, elles identifient un vendeur haïtien par un geste ou un parler haïtien. Donc, la liaison ethnique aussi bien que l'accès à autrui pour le réseau d'amis est une source importante d'information d'affaires.

#### **4.2. Reconnaissance ou réclamation d'une solidarité ethnique**

Les entrepreneurs échantillonnés font souvent référence à la notion de solidarité quand ils abordent la question de rapport au succès de l'entreprise avec la communauté haïtienne. Qu'en pensent-ils? Trois entrepreneurs sur treize déclarent que la communauté haïtienne est solidaire avec un « mais », c'est-à-dire leur avis est positif tout en étant nuancé. Si la majorité répond par la négation, ils ne cessent de revendiquer une solidarité haïtienne forte. Cette section mettra en exergue en quoi la communauté est solidaire, en quoi elle n'en est pas et la place que la solidarité occupe dans la perception des entrepreneurs.

##### **4.2.1. En quoi la communauté haïtienne est solidaire**

Les répondants ayant un avis positif de la solidarité dans la communauté haïtienne le fondent sur le rapport étroit entre la clientèle et l'entreprise du répondant. C'est solidaire parce que l'entreprise dépend essentiellement des consommateurs haïtiens et cela, depuis un certain nombre d'années. Roland est propriétaire d'une boutique alimentaire et d'un casse-croûte. Sa réponse est affirmative. Toutefois, il trouve que la solidarité pourrait être plus forte. Il raisonne ainsi :

Trouvez-vous que la communauté est solidaire?

« Bon, c'est difficile de dire non parce que j'existe (son marché) depuis 20 ans.

Si j'existe c'est parce qu'il y a une complicité entre eux et l'entreprise, sans doute. Mais ça pourrait être mieux, encore plus fort. Je ne sais pas pourquoi.

Alors, il y a une solidarité ».

Pour sa part, Madame Boulla, une mère monoparentale de quatre enfants, dirige l'une des plus prestigieuses salons de coiffure haïtienne pour les femmes. Elle a près d'une vingtaine d'années dans la profession. Elle nuance son point de vue :

« Pour moi, oui. C'est assez solidaire. C'est grâce à eux que j'arrive à tenir pendant tout ce temps, depuis 12 /13 ans que je suis là ici. Ils (les

clients haïtiens) viennent m'encourager. Je t'avais dit qu'ils représentent plus de 85%. Il y en a que je vois une fois par semaine ou par quinzaine. Alors, c'est quand même très bien. Sans les clients, il n'y a pas de salon. Alors, ils sont très solidaires. Peut-être entre eux, je ne sais pas, mais quel que soit entre eux ils ne sont pas solidaires, je les trouve très solidaire. Ils m'ont beaucoup aidé. Entre eux, ils ne sont pas unis. Ils ont toujours des problèmes. Je ne peux pas parler au point de vue politique là, mais pour moi ça va. Ils sont solidaires (... rit). C'est ça. Avec ça je mange, avec ça je fais tout alors. C'est grâce à eux. J'en suis très reconnaissant ».

Boulla considère que les Haïtiens sont solidaires puisqu'elle en a une clientèle fidèle. Autrement dit, elle reconnaît une préférence des Haïtiens à consommer les produits et services haïtiens. Cependant, elle souligne qu'entre eux, ils ne sont pas solidaires; ils sont divisés. Si les problèmes et la division dont elle parle ne sont pas liés uniquement au conflit politique, ces deux éléments fragilisent davantage le poids de son affirmation. Que disent les autres réponses affirmatives? Jacob est un de ces répondants. Pour lui, même au plan de la consommation ethnique, la solidarité haïtienne n'est pas assez forte pour permettre à l'entreprise de faire un bond en avant.

Jacob illustre ses propos :

Pensez-vous que la communauté haïtienne est solidaire ?

« Mais ils sont solidaires comme je t'ai dit. Si ce n'est que la communauté haïtienne, on ne serait plus encore en affaires. Mais avec le soutien qu'ils te donnent, ils vont vous permettre de vivoter un peu, de tourner en rond mais pas le back up qu'il faudrait pour permettre après cinq, dix ans de dire, bon on va faire un centre d'achat, un supermarché qui est toujours en cours sûr. Tu es toujours inquiet à te lancer dans de telle entreprise, si la communauté ne te soutient pas ».

Pourquoi alors Jacob ne peut-il pas compter sur la solidarité haïtienne pour passer d'un PME (petite et moyenne entreprise) à une grande entreprise ? Selon lui, les relations interethniques sont inégalitaires. Les consommateurs haïtiens dépensent de manière trop dispersée. Ils vont dépenser chez d'autres communautés telles que les chinoise et italienne qui ne fréquentent pas les affaires haïtiennes. Étant des minorités blanches, ces dernières sont plus proches des racisants et bénéficient des avantages commerciaux d'une plus grande largesse par rapport aux Haïtiens. Il trouve que la solidarité haïtienne est circonstancielle. Il en parle :

« Les Haïtiens vont chez les Chinois, mais tu ne va jamais voir un Chinois venir chez eux. Un Italien, on ne le verra pas souvent, peut-être une fois chaque cinq ans. Tandis que notre clientèle type, de base nous délaisse pour aller chez les Arabes, les Chinois. Ils sont solidaires jusqu'à un certain point, quand ils sont mal pris, ils ne peuvent pas aller ailleurs. De toute façon, il y en a qui le font de bon cœur, il y en qui viennent à reculons, ils cherchent un prétexte pour ne pas revenir. Il y a solidarité oui et non. Ça s'explique ».

On peut déceler, toutefois, une position intermédiaire entre les opinions affirmatives et infirmatives. C'est celle de Rosefort qui est avocat et chef d'entreprise. Bien qu'il admette que la solidarité est à bâtir dans la communauté, il soutient que les entreprises haïtiennes sont solidaires. C'est en assumant une responsabilité communautaire en engageant prioritairement les Haïtiens que les entreprises sont révélées solidaires. Il s'exprime comme suit :

« La solidarité c'est quelque chose à bâtir encore au niveau de la communauté haïtienne. Quand vous allez dans les entreprises haïtiennes, majoritairement, c'est des haïtiens qui sont embauchés ; majoritairement ce sont des jeunes qui sont embauchés. Vous savez qu'on a un très grand problème de chômage chez les jeunes dans la communauté haïtienne. Or, la meilleure façon d'essayer d'aider à résorber ce chômage là, c'est dans des entreprises haïtiennes. Là, on peut parler de solidarité dans la communauté haïtienne ».

Dans l'ensemble, ceux qui ont un avis positif de la solidarité dans la communauté haïtienne fondent leur position sur le rapport de dépendance de l'entreprise vis-à-vis de la clientèle haïtienne. L'embauche des travailleurs est évoquée également comme un point fort. Ils émettent, toutefois, des réserves. Sur le plan de la préférence à consommer les produits et services haïtiens, cette solidarité n'est pas très forte parce la consommation haïtienne n'est pas assez concentrée dans la communauté. Sur le plan communautaire, plus d'un pensent que les Haïtiens sont divisés. Sur quoi repose alors la perception de la majorité des répondants qui ont une réponse infirmative?

#### **4.2.2. En quoi la communauté haïtienne n'est pas solidaire**

La perception non solidaire des entrepreneurs repose, pour certains, sur un sentiment de manque, de honte et de culpabilité. Amado est un de ceux qui ont cette perception. C'est un professionnel qui a réussi doublement dans les assurances comme cadre de

direction d'une multinationale et comme propriétaire d'une firme haïtienne. Selon lui, les professionnels hautement qualifiés qui ont participé à la révolution tranquille du Québec n'ont pas légué grand-chose à la communauté au point que celle-ci est dépassée par les autres communautés ethniques. Les Haïtiens, dit-il, occupent aujourd'hui une position « qui fait pitié ». Pour lui, ce n'est pas par manque de ressources. C'est plutôt lié au manque de solidarité. Amado développe ainsi sa logique :

« Pour moi, la seule fois qu'il y a eu solidarité entre les Haïtiens, c'était lors de la guerre de l'indépendance tout simplement. Et tout de suite après, c'était l'éclatement. Nous le vivons encore aujourd'hui, que ce soit en Haïti ou dans la diaspora! Non, je ne pense pas que nous pouvons parler de solidarité. S'il y en avait, nous serions beaucoup plus loin parce que les premiers Haïtiens qui sont arrivés au Québec étaient vraiment des professionnels, des médecins, des enseignants, des ingénieurs ; des gens quand même qui ont participé à la Révolution Tranquille et qui ont, largement, contribué. Ce n'est que dans les années 1970 qu'arrive vraiment la classe ouvrière et ainsi de suite. On est à peu près 120 mille aujourd'hui. Il y a beaucoup d'argent qui circule à l'intérieur de cette communauté. Mais, je ne sais pas, je souhaite qu'on puisse arriver un jour ; qu'on puisse avoir une forme d'harmonie. Il n'y a pas longtemps, 15 ans, 20 ans, qu'on voyait arriver les Chinois, les Vietnamiens. Mais aujourd'hui si vous regardez la réalisation de ces gens là, les Haïtiens font pitié carrément avec quelques boutiques. On fait carrément pitié. Alors, ce n'est pas par manque de ressources. C'est plutôt parce que nous ne mettons pas en commun nos ressources. On ne se fait pas confiance ».

Donc, pour Amado, cette position des Haïtiens qui fait pitié réside dans un déficit de solidarité. La cause de cette marginalisation a à voir avec les premiers arrivants haïtiens qui n'ont pas créé des entreprises. Elle découle aussi de la non confiance caractérisée par l'individualisme. Ces derniers ont disposé suffisamment de capital humain et social pour léguer un héritage institutionnel, voir un modèle aux nouveaux arrivants. La deuxième cause réside dans le manque de coopération économique entre les Haïtiens, la disposition à mettre ensemble leurs ressources ou à investir ensemble.

Frank qui est machiniste de formation et travailleur de taxi va dans le même sens. Ils pensent que les Haïtiens sont exploités parce qu'ils sont peu solidaires. Franck en parle :

« Lorsque que je me préparais à lancer la compagnie, un compétiteur étranger m'appelle pour me dire ceci : « tu commandes la tête de taxi, c'est que tu as déjà tout (...). C'est une mauvaise décision que tu as prise. Tu étais avec moi; tu pouvais faire plus d'argent; et puis tu vas ouvrir une compagnie de taxi. Ne sais-tu pas que les Haïtiens ne sont pas solidaires entre eux? Si ta compagnie ferme, qu'est-ce que tu vas faire demain? ». Je lui ai répondu que la non solidarité entre haïtiens ne peut pas me pousser à faire marche arrière. Les Haïtiens ne seront pas toujours ainsi. Combien de Chinois qui s'adhère à ta compagnie ? Pas un seul n'est-ce pas ? Mais nombreux sont les Haïtiens? Alors ils peuvent se solidariser avec toi et non avec leurs frères (les Haïtiens). Cette parole venant de toi me donne plus d'ailes pour aller de l'avant».

Pour lui, les Haïtiens ne sont pas coopérants; ils ne consomment pas assez chez les compatriotes et ils ont peur à ce que les hommes d'affaires haïtiens deviennent riches. Cela expliquerait pourquoi les travailleurs de taxi haïtiens, tout en étant un groupe dominant, ne contrôlent pas l'industrie de taxi montréalaise.

« Certains Haïtiens pensent que s'ils viennent consommer chez vous, ils vont vous enrichir. Les Haïtiens sont supposés consommer chez les Haïtiens pour qu'on puisse avoir une économie très performante. Tant qu'on ne le fait pas notre situation économique ne sera pas améliorée. (...) Moi, je veux collaborer avec n'importe qui. J'ai mes propres amis qui refusent de s'adhérer à la compagnie parce que s'ils le font, j'aurai de l'argent. Je laisse 49% d'actions ouvertes pour les membres, chauffeurs qui veulent me joindre comme associés. Mais ces gens veulent qu'on fasse une coopérative mais qui n'a pas le statut coopératif. Dans la coopérative, les gens vont s'entredéchirer parce que chacun est chef. Chaque personne est un boss. C'est parce qu'ils ne veulent pas avoir une autorité, non dans le sens qu'on va exercer une force, mais dans le sens que tout le monde veut être égal. Coopérative ici est quelque chose qui marche vraiment bien, la caisse populaire. Mais entre nous, nous ne pouvons pas nous asseoir pour faire une discussion, nous dialoguer sans de vaines discussions surtout s'il concerne l'argent. Quelle est cette histoire de coopérative ? ».

Frank met d'abord l'accent sur l'enjeu de la solidarité haïtienne : créer une économie prospère, condition sine qua non, selon lui, pour améliorer la situation économique des Haïtiens. Ensuite, la coopérative occupe une place importante dans le discours

haïtien. Mais les tentatives de fonder des coopératives ont toujours échoué parce que les Haïtiens vont « s'entredéchirer » pour les places dirigeantes. La volonté d'égalité est un obstacle à la coopération dans la mesure où ils ont tendance à ne pas accepter l'autorité d'un chef. Ils semblent ne pas avoir la capacité de dialoguer sainement, particulièrement lorsque des intérêts économiques entrent en jeu.

Franck n'est pas le seul à mettre l'accent sur le dialogue comme dimension de la solidarité. Marie-Louise est une coiffeuse qui n'a pas terminé ses études secondaires. Pour elle, la solidarité signifie l'entraide et la bonne communication. En ce sens, dit-il, les Haïtiens se révèlent peu solidaires et méfiants. Ils font rarement des reproches et décident d'aller ailleurs chez d'autres communautés – comportement qu'elle juge d'hypocrisie. En d'autres termes, il n'est pas dans l'habitude des consommateurs haïtiens de dialoguer avec les prestataires de services, c'est-à-dire de faire des critiques constructives. Marie-Louise s'explique :

Trouvez-vous que la communauté est solidaire?

« Pas vraiment. Ils sont méfiants. Ils pensent toujours à aller ailleurs. Ils disent qu'on n'a pas de bons services. Ils vont surtout critiquer au lieu de regarder eux-mêmes qu'est-ce qui ne va pas. Ce n'est pas une critique pour t'encourager. C'est d'aller te critiquer en ton absence. Si tu viens dans le salon, tu montres que tu es satisfaite et, puis, quand tu sorts, tu dis : ô non, je n'aime pas ça. Par contre, si tu me l'as dit en face, je pourrais le faire autrement. Donc, ils n'ont pas vraiment le sens de dialogue et ne cherche à communiquer avec vous. Moi, je sais ce que je fais, j'ai plein d'idées dans ma tête. Si tu ne t'exprimes pas, tu peux être lésé. Alors, solidarité, il y en a un petit peu mais ce n'est pas beaucoup. Nous sommes nombreux dans la communauté. Beaucoup vont ailleurs parce que ils critiquent pas mal le service. Pourtant, critiquer le prestataire en sa présence est ce qui va vous aider, qui aide la communauté. Dis-moi pourquoi tu ne viens pas s'il y a quelque chose que je dois améliorer, je vais le faire. Au fond, c'est l'hypocrisie ».

Enfin, certains répondants ont mis l'accent sur une pratique de tromperie et sur le niveau d'organisation dans la communauté haïtienne. C'est le cas pour Mathurin qui a une firme d'information et de consultation. Pour lui, la solidarité suppose une volonté d'être ensemble et de se consolider au lieu de se scinder en des groupuscules. Elle exprime le besoin de projeter une image positive du « nous ». En ce sens, croit-



il, il n'y a que des élans de solidarité dans la communauté haïtienne. A l'instar d'Amado, Mathurin trouve la cause de cette carence dans le manque de confiance et l'absence de structures médiatrices identitaires, c'est-à-dire des structures d'encadrement. Si nous ne faisons pas mieux, ajoute-t-il, c'est à cause de ce déficit de solidarité. Suivons la logique de son appréciation :

« Il y a des élans de solidarité. Je pense qu'on pourrait faire mieux dans tous les sens. On peut faire mieux en encadrant les jeunes, ceux qui viennent d'arriver, en encourageant les compatriotes dans leurs idées d'entrepreneuriat, de consommer chez eux. À service égal, moi, je consommerai chez les Haïtiens. Solidarité, c'est d'être ensemble en tout. Laisser les barrières de divisions que ce soit politique. Finalement, l'Haïtien est très politisé. On se chamaille pour rien. Mais on peut parrainer les compatriotes, aider un compatriote, donner la bonne information. C'est se donner un statut beaucoup plus solide au lieu de scinder en de petits groupes. On peut donner à la société d'accueil une image beaucoup plus positive de nous. Je pense qu'il y a des valeurs qu'on a acquises en Haïti; des valeurs familiales, de respect tout ça. On pourrait faire mieux ».

Les clivages politiques, sous-tend-il, crée un obstacle à l'émergence d'une solidarité haïtienne : « on se chamaille pour rien ». En conséquence, la communauté en souffre puisqu'on est divisé. On n'arrive pas à faire des actions structurées intéressant la communauté ou prenant en compte les intérêts communautaires. Dans la même veine, Zabulon qui est pharmacien, chimiste et qui s'implique dans une organisation régionale<sup>39</sup> trouve que la communauté est plus émotive que solidaire. Son discours questionne la responsabilité de certains entrepreneurs Haïtiens de Montréal qui auraient eu une certaine latitude à tromper des consommateurs ou des partenaires. Il pointe en particulier des agents immobiliers qui, entêtés de faire une commission sur la vente, pousse des compatriotes à faire un mauvais investissement. Zabulon s'explique :

« Non, la communauté haïtienne est émotive. Je ne dirai pas qu'elle est solidaire. La raison est qu'on est trop habitué à se faire passer pour des sapins, comme on dit en bon jargon québécois. C'est peut-être un phénomène humain, il y a toujours quelqu'un qui fraude en se pensant être le plus intelligent. Ça fait qu'on devient craintif et cette crainte fait

<sup>39</sup> C'est une organisation réunissant les ressortissants d'un même village ou d'une même région d'Haïti vivant à Montréal dans le but de développer des formes de coopération avec la population du milieu d'origine.

que les Haïtiens ne s'associent pas entre eux. C'est basé sur les mauvaises expériences passées. Dans le marché immobilier, ils ont une très grande responsabilité. Dans tous les domaines, mais ce ne sont pas tous les Haïtiens ».

Zabulon observe, toutefois, un courant opposé qui surgit dans la communauté :

« Il y a un autre courant maintenant dans la communauté haïtienne qui veut envoyer un autre message aux gens. Mais au niveau des affaires, on a encore beaucoup de chemin à parcourir pour parvenir à la collaboration qui serait nécessaire. C'est comme moi, je ne suis pas intéressé à m'associer à d'autres Haïtiens pour prendre le contrôle de l'industrie du taxi. La raison est simple. C'est que je ne sais pas comment les autres vont agir. On veut toujours se chamailler. On est toujours en train de critiquer l'autre que de nous entendre pour un meilleur fonctionnement. On est trop négatif dans le fond ».

Zabulon est en plein dans la problématique de confiance. Il ne peut pas prédire le comportement potentiel de ses collègues, travailleurs autonomes du taxi. Il a du mal à s'engager avec eux dans une entreprise collective pour contrôler cette industrie. Il décèle chez ses compatriotes une certaine manie à critiquer, donc à entretenir la division, qui n'est pas favorable à la coopération. En même temps, paraît-il, il y a un besoin de critique constructive dans la communauté et de dénonciation de certains comportements s'il faut freiner la latitude des uns à bafouer les autres.

En somme, les répondants qui soutiennent que la communauté n'est pas solidaire s'appuient sur plusieurs motifs et non sur l'unique rapport de l'entreprise à la clientèle. Ces motifs peuvent, parfois, être considérés comme des dimensions de la solidarité. L'accent est mis sur l'individualisme. Les gens sont peu portés à la mise en commun des ressources. Entre autres, on souligne une faible latitude des Haïtiens à coopérer et à dialoguer sainement sur les questions d'intérêts économiques. La non confiance, découlant d'une certaine pratique de tromperie, paraît pour d'autres une cause et une expression de la non solidarité. La division, les clivages politiques ou la tendance à se scinder en des groupuscules sont évoqués également comme des obstacles à l'émergence d'une solidarité haïtienne. Toutes ces raisons tendent à souligner la carence de structures médiatrices identitaires dont l'un de ses rôles est d'encadrer la communauté. Comment cette solidarité réclamée influe-t-elle sur

l'entrepreneuriat haïtien ? Pour répondre à cette question, nous allons voir, dans la perception des répondants, la place de la solidarité dans l'entrepreneurship haïtien à Montréal.

#### **4.2.3. La place de la solidarité dans l'entrepreneurship haïtien à Montréal**

Comme nous venons de le voir, les entrepreneurs échantillonnés, qu'ils admettent ou non que les Haïtiens soient solidaires, ils ne conçoivent pas le succès dans l'entreprise sans l'appui de la communauté. Les discours analysés font toujours référence à un manque à gagner, à un apport réel ou potentiel qu'on considère comme fondamental pour la prospérité des Haïtiens. L'un de nos répondants, Monsieur Marius qui se trouve dans le secteur des voyages organisés, établit une comparaison entre les Juifs et les Haïtiens dans ledit domaine, comment ils font face aux contraintes structurelles qui leur sont imposées pour montrer la portée de la solidarité. En même temps, il fait une évaluation de la position sociale des Haïtiens. Voici ce qu'il pense :

« La communauté est malade. La maladie, c'est le manque d'organisation, de « tèt ansanb » (d'union). Il n'y a pas ça. La personne préfère se crever, perdre tout ce qu'il possède au lieu de collaborer avec d'autres. Parce que si on a une association forte, on peut aider d'autres jeunes, ceux qui viennent et qui sont en faiblesse. Si on a une communauté forte, on peut aider les autres. Mais partout où l'on va, quel que soit le pays, notre situation est toujours la pire. Nous ne sommes pas forts. Les Juifs font le même type de voyages que nous mais ils ont moins de problèmes. On ne veut pas leur donner un permis d'autobus ici mais parce que les Juifs sont forts à New York, ils deviennent forts ici. Ils ont leur compagnie d'autobus à New York qui viennent chercher les gens de l'autre côté de la frontière. Nous autres, qu'est-ce que nous avons ? Nous n'avons rien ! Les Juifs sont forts. Eux-mêmes dans la commission de transport, ils se rendent compte que les Juifs ne sont pas le même que nous. Ils sont mieux organisés que nous et ils font la même chose que nous. Ils donnent plus de problèmes que nous. Mais nous manquons de beaucoup de choses. Nous devrions être plus forts et nous pouvons l'être parce que il y a des moyens pour qu'on soit plus fort. S'il y a plus de collaboration, on sera plus fort ».

En effet, l'entrepreneurship immigrant implique un niveau d'organisation de la part des entrepreneurs ethniques pour faire face aux contraintes liées à l'économie

dominante particulièrement lorsque le créneau ethnique entre en concurrence avec des monopoles. La structure organisationnelle est aussi nécessaire pour s'approvisionner et vendre dans des meilleures conditions afin de retenir la clientèle ethnique qui, le plus souvent, a un faible pouvoir d'achat. C'est encore plus nécessaire pour participer aux luttes sociales donnant accès aux ressources externes au groupe ethnique (prêts et subventions publiques, par exemple). Autrement dit, les entrepreneurs immigrants ou ethniques doivent avoir la capacité organisationnelle nécessaire pour se donner des représentations collectives et chercher à influencer la prise des décisions les concernant. S'ils doivent exercer collectivement un certain contrôle sur les ressources individuelles des membres du groupe social en question, ce contrôle dépend en toute vraisemblance de leur potentiel organisationnel. Ce potentiel semble être étroitement lié à la question de la solidarité ethnique. L'exemple de Marius est intéressant pour l'analyse parce que le créneau qu'il investit entre en compétition directe avec une multinationale (Greyhound). En outre, les compétiteurs haïtiens sont confrontés au besoin de pouvoir négocier collectivement et défendre des intérêts communs. La comparaison avec les Juifs nous présente un intérêt analytique dans la mesure où ces derniers ont une meilleure image sociale que les Immigrants haïtiens. Autrement dit, plus l'image d'un groupe est positive dans l'opinion, plus il est socialement accepté. Dans ce cas, ses efforts de s'organiser en groupe d'intérêts devaient être moindre et vice-versa. Cela sous-tendrait que les Haïtiens devaient s'efforcer à avoir un niveau d'organisation plus structurée. Ce qui ne semble pas le cas et qui amène Marius à penser que partout où ils sont présents comme immigrants, leur situation socioéconomique est pire que tous les autres groupes. Dans de telles circonstances, la solidarité se pose comme un enjeu sérieux pour les Haïtiens. Comment cet enjeu s'articule-t-il avec l'entrepreneuriat ?

Les entrepreneurs échantillonnés soulignent souvent que les dépenses de consommation des Haïtiens sont assez dispersées par rapport au marché haïtien. Ils auraient consommé beaucoup chez d'autres communautés ethnoculturelles, en particulier chez les Italiens et les Chinois sans qu'il y ait la réciprocité. De rares Italiens, disent-ils, viennent exceptionnellement dans les affaires haïtiennes alors que

les Chinois sont quasiment absents. Ces répondants font de cela un problème pour l'expansion des entreprises haïtiennes parce que les Haïtiens représentent leur clientèle de base et qu'ils auraient eu des désavantages phénotypiques par rapport à d'autres groupes pour percer sur le marché global. Alors qu'ils sont unanimes à reconnaître ce fait, ils s'opposent quant à l'explication. La plupart rendent responsables les consommateurs haïtiens qui, ne sont pas assez solidaires et en appellent à une consommation responsable. Tandis que d'autres, en particulier, ceux du réseau des jeunes entrepreneurs, rejettent la validité de la solidarité ethnique en matière d'affaires. Ces derniers postulent, au contraire, le rapport prestation-service et le faible moyen dont certains disposent pour la publicité. Nous les discuterons dans la section suivante.

#### **4.2.3.1. L'appel à des consommateurs solidaires**

Alors que les entrepreneurs interviewés appellent en général à la solidarité ethnique pour consommer chez les Haïtiens, certains d'entre eux qui réagissent comme consommateurs questionnent la qualité des services fournis par leurs homologues (l'atmosphère, le milieu, le sourire du vendeur et l'accueil, la qualité du produit, le maintien du standard). Certaines fois, le pouvoir d'achat des consommateurs potentiels entre en cause. Analysons le cas de Madame Boulla. Elle est coiffeuse, sa clientèle est presque entièrement haïtienne. Comme consommatrice, elle choisit parfois des entreprises haïtiennes. Elle explique son choix et son malaise :

«Je vais dans les marchés alimentaires. Je vais parfois dans les restaurants haïtiens. Il y a quelques restaurants haïtiens. Apparemment, il en y a un qui est très représentable où l'on peut amener quelqu'un, des amis. Mais je n'y ai jamais été. Il y en a un autre où je vais parfois mais l'organisation n'est pas bonne si l'on est accompagné d'autres personnes non haïtiennes. Par contre, il y en a un, c'est vraiment bien fait, une très bonne place ! Mais il y a beaucoup plus de blancs qui le fréquentent parce que le lieu est très retiré. Quand je vous dit très bien, c'est vraiment bien ; les plats sont bien décorés. Mais sûrement, ce n'est pas tout le monde qui peut y aller parce que cette place est très retirée. Ce des petites portions (quelques-uns seulement) qui vont y aller mais c'est vraiment bien».

Si en tant que consommatrice, la position de cet entrepreneur rencontre celle des consommateurs haïtiens en général, elle exprime non seulement un besoin de service de plus grande qualité mais aussi des places qui donnent une plus grande représentation et de visibilité aux Haïtiens. Presque tous les entrepreneurs interviewés partagent cet avis. Alors où en est l'obstacle ? Comme l'exprime Marie-Louise, il y a quelques places haïtiennes qui offrent un cadre agréable et un service de qualité fort appréciable mais qui n'est pas accessible à la petite bourse haïtienne car «le lieu est très retiré». Ces places attirent une clientèle blanche et haïtienne qui a un certain pouvoir d'achat. Pourquoi y en a-t-il si peu ? Et comment peut-on parvenir à des services de meilleures qualités et de grandes visibilitées ? Deux tendances s'opposent sur ces questions.

#### **4.2.3.1.1. Courant solidarité comme sacrifice**

Pour certains, le service de qualité implique de grands moyens. En leur absence, il faut consentir des sacrifices parce que le « marché naturel » des entrepreneurs est son groupe ethnique ou sa communauté culturelle. Nacius est un défenseur de cette idée :

«Souvent les Haïtiens disent qu'ils ne font pas affaire avec des Haïtiens parce les Haïtiens ne donnent pas un bon service. Qui, par nous, peut donner un bon service? Personne ! Cela veut dire qu'il faut accepter qu'on ait l'expertise des gens d'ici, des Italiens ou des Québécois. Mais on doit faire affaire ensemble pour ramener cette expertise là. Mais pour donner un bon service, ça prend les moyens financiers. C'est pour ça que les gens de la communauté doivent faire un compromis. Accepter de souffrir pour grandir. Mais quand ils disent : vous n'avez pas un bon service, c'est un alibi pour aller ailleurs ! Je suis désolé là».

Nacius soulève deux questions. Le service de qualité dépend du capital financier et de l'expertise sociale. Comment les produire ? Et qui peuvent consentir les sacrifices ? Mais lui, il a une réponse, c'est ensemble au sein de la communauté qu'il faut produire l'expertise. Cependant, le terme «les Haïtiens disent» est trompeur étant donné qu'il s'agit dans son cas d'une entreprise de loisirs, à reproduction identitaire dans laquelle la clientèle est majoritairement haïtienne. En fait, il s'agirait d'un groupe particulier auxquels les produits offerts sont destinés et qui n'y vient pas. Il en dit plus :

«Les étrangers ne sont jamais venus. D'ailleurs, ce sont les Haïtiens qui doivent les amener ici, manger la bouffe haïtienne. Mais ça va prendre le temps qu'il faut. Certains Haïtiens boudent. Regarde la majorité des grosses associations professionnelles, il y en a qui n'est jamais venue ici. Ce n'est pas normal ça ! Le gars, il vient danser mais il ne mène pas son association pour un souper. Et puis, ils fonctionnent beaucoup en gang. C'est mon gars, je vais y aller. Dans le sens que si je connais UNTEL, je vais faire affaire avec son entreprise. C'est notre ami. (...) Ils fonctionnent en réseau mais de mauvaise façon. Les Italiens sont en réseaux aussi. Mais le bien-être des Italiens est avant tout priorisé. Tu vois ce que je veux dire ! Si les Haïtiens dépensent chez les Haïtiens, ça va faire une communauté forte. Quand ils dispersent l'argent ça va faire un décalage. Ils sont comme responsables d'une disparité entre les communautés. Mais on n'est pas capable. Les élites de la communauté sont démissionnaires. Ils veulent se démarquer en disant que les Haïtiens ne donnent pas du bon service ».

En fait, la clientèle qui lui manque est l'ensemble des associations socioprofessionnelles. Ce sont ces élites qui devraient amener les étrangers à consommer des mets haïtiens et de la culture haïtienne. Mais elles prennent leur distance avec la communauté, dit-il. C'est ce support qui lui manque. L'entreprise qu'il dirige, un lieu de réunion, de réception pour les festins d'occasion, est destinée à ce groupe de professionnels. Elle reçoit également des groupes musicaux haïtiens qui viennent se performer dans la diaspora. Pourtant, dit-il, ce public fonctionne en réseau. Lui, il n'est pas émergé de ce groupe. Ces gens viennent danser parce que l'entreprise de Nacius est peut-être l'unique cadre qui offre les meilleures occasions. La comparaison avec la communauté italienne éclaire un clivage de classe ou plutôt lié à l'origine sociale. Chez les Italiens, suppose-t-il, les structures médiatrices transcendent le clivage des classes pour embrasser les défis qui s'imposent à eux en tant que groupe. Loin de là, les Haïtiens ne semblent pas y arriver encore. Et la solidarité ethnique appelle au support de ce groupe sans lequel la communauté a du mal à se structurer, c'est-à-dire à se donner la capacité de relever ses défis. La consommation intra-ethnique est une forme de solidarité ethnique qui permettrait de «réduire les disparités» entre les groupes ethniques et de créer un avenir. Ainsi, le contraste ne peut être surmonté facilement. De même que des entrepreneurs argumentent sur l'expertise des autres communautés ethnoculturelles pour embaucher des agents appartenant à ces communautés (ils sont plus organisées et plus

structurées que les Haïtiens), des consommateurs, voire des entrepreneurs-consommateurs évoquent la qualité des services qui dissuadent les gens à aller dans une place haïtienne, à y mener des amis. Ce qui justifie du même coup le choix d'aller à une place où la qualité du service est reconnue *a priori*. De plus, l'individualisme qui caractérise nombre d'entreprises et leur petite taille crée un désavantage pour se concurrencer sur la « qualité-prix ». Or, dans la mesure où les consommateurs haïtiens ont en général un faible pouvoir d'achat, les entreprises haïtiennes peuvent se trouver lésées. Le rapport qualité-prix joue souvent en faveur des entreprises concurrentielles qui attirent les gens ayant un pouvoir d'achat très faible. Par exemple, aller dans un buffet chinois peut coûter relativement moins cher que dans un buffet haïtien. En conséquence, une petite bourse peut consommer régulièrement dans les buffets chinois et très occasionnellement chez les Haïtiens. Dès lors, les intérêts immédiats en matière de consommation contrastent souvent avec une consommation ethnique solidaire. Il revient aux entrepreneurs d'agir sur la structure de la production de biens et services dans leur entreprise pour rendre manifeste la préférence des consommateurs pour les produits et services haïtiens. C'est là un point de jonction entre le courant de la solidarité et le courant favorable à la prestation de service.

#### **4.2.3.1.2. Courant prestations-services**

Ce courant novateur émerge particulièrement du sein du réseau des jeunes entrepreneurs. Pour eux, l'entreprise est, de par sa nature, indépendante de la solidarité. Le succès d'une entreprise dépend de sa capacité de générer des produits ou services ayant une demande et de gérer la confiance d'une clientèle cible. Une telle entreprise diffère d'une ONG ou des organisations communautaires qui se fondent sur le principe de solidarité. L'entrepreneur a son but qui est le profit et doit dégager les moyens de la réalisation de ce but. De ce fait, l'entreprise dépend du rapport prestataire-client et non de la solidarité. Bécamel, jeune entrepreneur de 31 ans appartenant à la deuxième génération, est un chef de fil de ce courant :

« Parce qu'une entreprise n'est pas une question de solidarité. C'est une question de produits et services. Honnêtement, je ne veux pas que quelqu'un vienne ici juste parce qu'on est haïtien. Mais parce qu'il y a de



bons produits, de bons services, point. Le seul petit aspect de solidarité, non. Il faut qu'on arrête de penser comme ça ».

L'originalité de ce courant tient au fait qu'il tend à responsabiliser les entrepreneurs plutôt qu'à culpabiliser la clientèle. La confiance est alors au cœur du débat sur l'entrepreneurship haïtien. Amado qui a réussi sur les deux terrains de l'emploi est un autre représentant de ce courant. Pour lui, la « clientèle haïtienne n'a pas tort » d'avoir des réticences à faire affaires avec des entrepreneurs Haïtiens. C'est un problème de confiance qui remonte à une tradition de mauvais services. Les entrepreneurs en ont la responsabilité première car seul un service de qualité peut ramener les Haïtiens à faire affaires entre eux et à reprendre confiance. Comment est-il possible ?

«Mais, aujourd'hui, à l'intérieur de cette communauté là, il circule beaucoup d'argent. Eh bien, si les entrepreneurs remplissent leurs rôles, pour encourager les consommateurs à pouvoir vraiment consommer de l'haïtien, nous allons rapatrier ces ressources financières. Les retombées seront multiples. Eh bien, on va augmenter probablement le chiffre d'affaires des entreprises qui aura pour effet de diminuer le prix d'acquisition du produit qui retournera aux clients, et nos entreprises deviendront plus concurrentielles face à celles de nos compétiteurs».

Amado dirige une firme multi-assurance qui assure la plupart des entreprises haïtiennes. Bien que sa clientèle soit majoritairement québécoise, la part co-ethnique est significative car elle représente presque «tous les commerces haïtiens». Un seul lui rapporte \$50 000 l'an. Il comprend l'enjeu du rapport prestations-services. Le prestataire a, selon lui, la première responsabilité de créer la confiance chez les consommateurs haïtiens. Il en parle :

« S'il y a une réticence du côté des Haïtiens, parfois, à faire affaire avec les Haïtiens, le marché, le public n'a pas toujours tort parce qu'il faut voir que nous avons eu vraiment une habitude qui se répète d'année après année à mal servir. Et le client a été très souvent lésé ; ces attentes n'avaient pas été vraiment comblées. Alors finalement, nous en subissons les conséquences. Il se développe chez l'Haïtien une forme de réflexe. Mais, comme je disais, c'est que nous les entrepreneurs, nous avons la responsabilité premièrement de servir le client haïtien comme un client parce que quand il vient chez nous, c'est pour avoir un service ou un produit. C'est la première chose, c'est son premier intérêt d'accord. C'est après quoi vient comme valeur ajoutée que nous sommes aussi haïtien.

Mais ce n'est pas en fonction de notre haïtianité qu'il vient. Alors chaque fois qu'on peut vraiment le servir, comme cela se doit, comme un client, dans le respect d'un client. Je ne pense pas que l'Haïtien va continuer à aller ailleurs. Je pense que c'est seulement ainsi qu'on va arriver à renverser la tendance et à regagner la confiance des Haïtiens et disons s'enrichir, s'embellir ».

Étant donné cet enjeu, le rôle de l'entrepreneur consiste à déconstruire « notre défiance en tant qu'un construit sociohistorique ». Cette défiance lui semble découler du traitement habituel que les hommes d'affaires haïtiens donnent à la clientèle, d'un habitus d'affaires, de «la corruption qui engrène notre société d'origine». Toutefois, il entrevoit, dans la communauté, une dynamique inverse nouvelle dont deux principaux acteurs seraient les entrepreneurs et la génération montante. Leur rôle est de régénérer la confiance et de rapatrier les ressources financières en circulation dans la communauté haïtienne. Les retombées seront multiples et s'articuleront, selon lui, avec :

1. l'augmentation du chiffre d'affaires des entreprises qui seraient alors en mesure de mieux faire face à la concurrence pour vendre à meilleur prix;
2. la constitution d'un fonds de solidarité communautaire par les entrepreneurs.

D'autres entrepreneurs abondent dans le même sens. Certains comparent la consommation intra-ethnique haïtienne à un fonds de placement. Ils en font l'analogie à travers l'expression «consommation-placement». Par cette formule, Rosefort qui possède une station de presse se fait le chantre de la logique de responsabilité individuelle et communautaire. Il en parle :

« Ah oui ! On peut faire ce que j'appelle ici une consommation-placement, c'est à dire quand on consomme, on regarde où on dépense notre argent. On va surtout dépenser cet argent dans une entreprise qui va nous garantir un certain retour. Pour nous, c'est un placement. Donc, c'est une forme de solidarité parce que je leur explique très bien qu'il faut effectivement aider, s'entraider d'une certaine façon pour penser à recevoir peut-être indirectement une autre forme d'aide ».

Cette vision s'accompagne d'une nouvelle stratégie. Pour Amado et les principaux tenants du courant prestation-service, il revient d'abord aux entrepreneurs

d'améliorer les services. Le sacrifice est à eux et non à la clientèle. C'est à eux de créer la confiance devant permettre de rapparier la masse d'argent en circulation dans la communauté. Deux instruments privilégiés seront la mise ensemble des compétences et des ressources financières. Entre autres, c'est la reconnaissance de la nécessité de créer des sociétés d'incorporation modernes. Seules des entreprises de plus grande taille permettraient de baisser les prix et de concurrencer les compétiteurs non co-ethniques. En fin de compte, on revient à la solidarité comme enjeu économique. Mais à deux niveaux : celui des entrepreneurs qui s'allieraient pour jouer le jeu et celui des consommateurs qui se convertiraient au fur et à mesure que la confiance est établie.

« Alors, chaque fois qu'on peut arriver à une mise en commun des ressources et des valeurs, c'est qu'il n'y a pas de point faible, il n'y a que des points forts. Car tout le monde peut bénéficier des points forts de tout le monde. Alors sur ce point de vue, dans cette approche là, si la communauté haïtienne peut mettre en commun les ressources pour devenir et pour vivre plus solidairement, pour vivre plus ensemble en ce qui a trait à nos valeurs, à nos défis et aussi faire partager aux autres l'expérience que j'ai peut-être vécu, ça fait 20 ans. Si on n'encourage pas les entreprises, il n'y a pas cette forme de solidarité et bien ils ne vont jamais pouvoir croître et réussir financièrement afin de pouvoir retourner une partie à la société».

Ainsi les deux courants susmentionnés se différencient sur le plan stratégique. Ils se joignent quant à la finalité. La solidarité en tant que préférence à consommer les produits et services haïtiens, à investir ensemble et comme option pour résorber le chômage dans la communauté occupe une place primordiale dans le débat sur l'entrepreneuriat haïtien. Qu'en est-il de la solidarité comme action collective ?

#### **4.3. Solidarité ethnique comme type d'action collective : état des lieux**

La solidarité haïtienne réclamée a-t-elle le sens de l'action collective ? La solidarité entre les entrepreneurs est le facteur qui influencerait le potentiel organisationnel dans le sens de Nielsen (1985). Il passe par la mise en commun des ressources qui leur donnent une possibilité d'agir ensemble, de mobiliser les ressources co-ethniques pour contrôler les événements. Amado parle de «vivre ensemble nos valeurs, relever nos défis» qui sous-tend la possibilité de dégager des intérêts et des objectifs

communs qu'on retrouve dans le discours de Bécamel : « on a un profil qui se ressemble », « on a compris », « on a intérêt à résauter qui fait qu'on a un réseau ». Plus que tout autre, Bécamel indique la nature du défi et le sens de l'action à mener. Il exprime le rapport au politique :

«En définitive, on est dans le mur, on doit commencer à parler plus fort au gouvernement. On va développer la force mobilisatrice pour faire débloquent les choses. Ben, dans le sens qu'on a un objectif commun. C'est d'ouvrir les portes. Il faut que les gens aient un intérêt à ouvrir ces portes. En fait, c'est de montrer qu'il y a beaucoup de potentiel et c'est une bonne réponse mobilisatrice. On a tendance en affaire à faire de petites choses. Moi là, je comprends les efforts que les anciens ont faits au niveau politique, au niveau d'affaires mais leur temps est passé. Il faut passer à un autre niveau, mais c'est au 25-35 ans maintenant. Dans 20 ans on va être vieux ».

Il devrait avoir un potentiel économique dans une population de plus de 100 000 habitants. Les expressions « on est dans le mur » et « ouvrir les portes » suggèrent l'idée d'obstacles, des désavantages ou des discriminations sociales. D'où le temps de l'action et la nécessité de continuer les « efforts des anciens ». Théoriquement, les problèmes communautaires auxquels l'économie haïtienne de Montréal est liée ne peuvent être solutionnés uniquement dans un cadre d'action communautaire, dans la mise en commun des ressources. Il faut également avoir accès aux ressources externes. Autrement dit, c'est aussi dans le rapport au politique qu'il faut rechercher la solution. Mais là encore, l'action est fonction du niveau d'organisation. Quel est l'état des lieux ?

#### **4.3.2. Le secteur de Taxi**

Dans le taxi, les Haïtiens sont plusieurs centaines (700 propriétaires et 2500 chauffeurs), c'est le secteur économique le plus identifié aux Haïtiens. Pourtant, ils n'exercent presque pas de contrôle sur l'industrie de taxi de Montréal. Ce n'est qu'au cours de la deuxième moitié de 2004 qu'une compagnie haïtienne commence à fonctionner. Par contre, ladite compagnie a des difficultés à rassembler un nombre appréciable de chauffeurs et de propriétaires de taxi haïtiens. Franck en parle comme suit :

« Lorsque j'avais mon permis, j'ai fait appel à plusieurs. La façon dont ils parlent dans l'ensemble, ils essaient de mettre des bâtons dans ma roue. Mais moi, je ne veux pas céder au chantage. J'ai essayé deux tentatives déjà avec deux groupes pour monter une compagnie de taxi. Quand j'ai constaté combien nous sommes, tous ces Haïtiens, pour ne pas en avoir une, ça me fait mal. Tandis que ce sont des gens qui n'ont jamais fait le taxi dans leur vie qui mènent les compagnies. Des gens qui n'ont jamais su comment faire un taxi, ce sont eux qui montent des coopératives ».

De 1995 à 1998, deux tentatives pour créer une structure coopérative de taxi haïtien ont échoué, dit-il. La première était incorporée à la ligue de taxi qu'ils ont eux-mêmes créée. Elle commençait à fonctionner lorsque le gouvernement a résilié son statut par suite de rumeurs ou scandales ayant cours dans le milieu haïtien peu après qu'il ait pris le contrôle de la ligue, ajoute Frank. Mais paradoxalement, les travailleurs de taxi haïtiens s'attachent, poursuit-il, à l'idée de coopérative. Le propriétaire indépendant que nous avons déjà cité est une référence. Le seul investissement qu'il entend faire avec des associés concerne la coopérative. Certaines personnes invitées par Franck à faire partie de sa compagnie n'en disconviennent pas.

« Je me suis investi dans la première coopérative en 1995 et dans la deuxième tentative en 1998 qui n'a pas vu le jour. Voyant le résultat, j'ai décidé d'utiliser une autre stratégie. Je vais tout faire dans la discrétion et quand c'est réalisé, j'appellerai mes confrères. C'est ce que j'ai fait. On critique le fait que la compagnie n'est pas une coopérative. Certains me disent quand même, je dois faire une coopérative. Sinon, les confrères haïtiens ne vont pas marcher avec moi. Cela, bien que je leur explique tout et pourquoi je prends cette autre voie. Malgré tout, il en y a qui va jusqu'à boycotter la compagnie. Sais-tu que le *mot « coopérative » n'existe pas pour les Haïtiens?* La coopérative se fermera quand même ! (...) J'ai une cinquantaine d'adhérents dans les rues. Déjà, je compte des Libanais avec moi, des Québécois et pas mal d'Haïtiens qui portent notre bannière ici. Je n'ai pas encore d'associés. Tous attendent que la compagnie prenne de l'ampleur pour venir y prendre part comme actionnaires ou comme associés ».

Quoi qu'ils s'accrochent à l'idée de coopérative, ces plusieurs centaines de propriétaires et quelques milliers de travailleurs autonomes de taxi haïtiens n'arrivent pas à développer un mode de coopération satisfaisant de ce créneau. La compagnie de Franck ne compte qu'une cinquantaine d'adhérents dont des étrangers. Il ne trouve

pas encore d'associés ou d'actionnaires comme il le souhaite. Cela suggère que les travailleurs haïtiens de taxi ont bien des difficultés à s'organiser, à se constituer en groupe d'intérêts. À quoi cela est dû ? Franck cité auparavant donne des pistes de réflexions. Selon lui, l'attachement aux valeurs coopératives est lié à un culte d'égalité, à une propension à contester l'autorité d'un chef. Qu'est-ce que cela explique ? Quant à la réticence des travailleurs de taxi à se joindre à Frank juste pour acheter les services, un calcul rationnel semble être à la base. Laisser tomber une bannière pour une autre demande une certaine garantie qu'ils auraient suffisamment d'appels. La survie quotidienne semble être priorisée sur les raisons subjectives de se solidariser avec un compatriote. D'un autre côté, Zabulon qui est un autre propriétaire de taxi en donne une autre explication. Pour lui, son refus de s'allier à d'autres homologues se fonde sur des antécédents, une pratique de tromperie qu'il décèle chez des compatriotes qui se croient trop intelligents. C'est parce qu'il ne peut prévoir le comportement futur de ces derniers, donc un problème de confiance. De toute façon, nous ne pouvons expliquer à partir de deux cas pourquoi les travailleurs de taxi haïtiens ont dû mal à se constituer en groupe d'intérêt. Ces cas révèlent, toutefois, que les travailleurs de ce secteur ont des difficultés à se définir collectivement et à s'affirmer comme groupe solidaire vu en terme d'action collective. Bref, dans ce secteur économique haïtien le plus ancien qui se développe incessamment, les compatriotes n'arrivent ni à se donner un niveau organisationnel pour défendre leurs intérêts collectifs, ni à développer une coopération économique entre eux.

#### **4.3.2. Le secteur de voyages organisés**

Dans le transport organisé, notre répondant estime que les Haïtiens ont commencé à développer un « secteur florissant » au début des années 1980 desservant quasi-exclusivement une clientèle haïtienne. Depuis 1995, plus systématiquement depuis 1997, surgit un litige avec la multinationale « Greyhound » qui s'opposait à leurs activités. Elle engageait une bataille judiciaire contre eux. Ce qui a amenuisé ce secteur et a provoqué la fermeture d'un certain nombre de firmes, Explique Marius, un pionnier. Malgré tout, ils n'arrivent pas à produire une action collective ni à créer

une structure leur permettant de négocier collectivement. Marius retrace le fil des évènements :

« J'ai investi de suite en suite. J'ai acheté des autobus plus cher. Je n'ai pas un chiffre exact. Pour le magasin, j'ai investi \$15,000 pour commencer. Mais pour la tour, j'ai commencé avec 10,000. Après deux/trois années, j'ai acheté un autobus tout neuf pour 87,000 dollars, une grosse machine; par la suite, j'ai acheté un autre pour \$140,000. Mais en fin de compte, les choses allaient prendre une autre tournure. J'étais obligé de les vendre parce que le gouvernement n'a pas voulu me délivrer des permis. On a donné priorité à Greyhound. Ça (la photo) c'est l'autobus qui m'a coûté 87,000. Je l'ai perdu parce qu'on n'a pas pu trouver un permis et j'avais de l'assurance à payer. Après un nombre de temps, je l'ai perdu. À cause de ce litige, on n'a pas pu avancer. Parmi nous qui faisons ce business, la majorité a abandonné. Il n'y a presque que moi qui continue encore de persévérer. La majorité a fermé. C'est comme d'après la loi, on ne peut pas te dire de ne pas manger; on t'a mis tellement dans un étai, on ne peut pas faire ce qu'on a l'habitude de faire, on ne plus fonctionner comme avant ».

Bien que le litige ait causé des pertes financières importantes et la fermeture de plusieurs entreprises, il n'a pas donné lieu à aucune action organisée. Les entreprises qui résistent vivent. Elles résistent parce que, dit-il symboliquement, la loi ne permet pas aux gouvernants de leur enlever définitivement le pain quotidien. Le fond du conflit, dit-il, on ne veut pas qu'ils développent un marché régulier ; on souhaite seulement qu'un voyage comporte les mêmes personnes en aller et en retour. Alors que dans la pratique, ils déposent les gens, embarquent un autre groupe et retournent chercher les autres. En fait, ces entreprises concurrençaient la multinationale « Greyhound ». Au début, souligne Franck, « nous vendions le billet pour New York à \$65, nous le vendons aujourd'hui \$90 pendant que la multinationale le vend à 165 dollars ». Que pense Franck à propos de leur capacité de se défendre collectivement ?

« Moi-même, j'ai eu une association. Mais je crois que la chose la plus difficile dans la communauté qui crée beaucoup plus de problèmes entre nous-mêmes, c'est « tèt ansanm » (l'union). C'est ce qui crée toutes les divisions. C'est sûr il y avait une association (...). Mais personne n'a vu son importance. C'est tellement dispersé. Elle a toutes sortes de problèmes créant son dysfonctionnement. Je n'en fais plus partie. La personne en avait l'idée. Moi, je l'ai faite; j'étais président. La personne trouve après que c'est trop belle, elle veut la prendre; c'est à lui d'être président. C'est devenu tellement ..., moi-même, je m'en suis retiré. »

Sa tentative à lui de créer une organisation avec un client devenu son ami n'a pas marché. Celui-ci l'a trompé. Tandis que les autres compétiteurs n'ont pas pensé à s'organiser. Marius était un camionneur-mécanicien. Il a terminé seulement les études primaires. Étant peu éduqué, il admet que son partenaire était son phare. C'est lui qui décidait qui devrait faire partie de cette coopérative de transport et quel rôle à remplir. Enfin, ce partenaire l'avait piégé jusqu'à ce qu'il contrôle totalement l'entreprise. Dans l'ensemble, la situation s'est présentée comme suit :

« Mais il n'avait jamais d'association, les nègres (compétiteurs haïtiens) ne l'ont pas voulu non plus. Chacun luttait derrière sa propre clientèle pour avoir plus de gens et vous écraser pendant qu'ils tiennent le cap. Ce n'était pas leur but de faire une association. Allons fonctionner en groupe, ensemble, non. Ils voulaient plutôt vous rabaisser pour qu'ils puissent grandir ».

Autrement dit, le sauve-qui-peut était la règle dans ce secteur. Ce qui suggère l'idée d'un potentiel organisationnel nul ainsi que le potentiel de contrôle sur les événements. En somme, le manque de confiance et de collaboration a entraîné la ruine des entrepreneurs de ce secteur.

#### **4.3.3. Le secteur des marchés alimentaires**

Dans les marchés, une tentation de regroupement des entrepreneurs en vue de faire des commandes collectives et de dégager une plus grande marge de concurrence fut soldée par un échec. Il y a de cela cinq ans. Les deux propriétaires de marché interviewés ont été parties prenantes de cette initiative. Quel était le problème ?

Monsieur Roland nous conte l'histoire :

« On était trente ensemble. On se réunissait chaque mois. On avait commencé à mettre des sous de côté ensemble, à consolider quelque chose. Il y en a qui voulait aller trop vite, qui n'était pas sur la même longueur d'onde que d'autres, et ce sont ça qui nous a cassé les pieds. Ils nous ont poussé à importer de la marchandise. Mais on n'était pas prêt pour ça. On n'avait pas assez de fonds. Et puis, ils nous ont incité à importer mais ça n'a pas marché. Finalement, tout le monde était désappointé; on a dû casser ça ».



Le groupe réunissait des personnes autour des intérêts et des objectifs communs. Ils étaient tous des propriétaires d'entreprise du secteur des fruits et légumes et d'alimentation en général. Ils cotisaient ensemble dans le but d'importer collectivement des produits destinés à la clientèle cible (haïtienne et latino-américaine) et directement des pays exportateurs dans les meilleures conditions de marché afin de vendre à meilleur prix. Qu'est-ce qui explique son échec ? Pour Roland, l'échec provient d'une mésentente sur l'agenda de l'organisation. Jacob était également un membre fondateur de l'association. Mais il a fini par s'en être dégoûté :

«À propos de l'association, (...) Je faisais même partie. On discute surtout de plan d'action. Alors, moi je ne vois de quoi on parle. Ça m'a dégoûté parce que c'étaient des gens qui avaient les mêmes intérêts, ils n'étaient même pas coopérants. Ils s'entredéchirent. C'étaient des palabres à n'en plus finir. Finalement, on a perdu notre temps pour rien. Des gens qui se font croire qu'ils étaient avec toi, et puis finalement, ils veulent faire cavalier seul. Ils n'avaient vraiment rien dans leur tête. Ils ne peuvent pas déléguer le pouvoir, s'allier pour faire face à l'adversité, à la concurrence. Alors, c'est une expérience passée ».

En matière d'association, nous dit Jacob, certains ont beaucoup essayé mais en vain. Les gens ayant des intérêts identiques n'étaient pas coopérants. Ils ont beaucoup discuté de plan d'action pour finir par «faire cavalier seul». Aussi l'incapacité de déléguer le pouvoir, de s'allier pour faire face à l'adversité et la concurrence a causé l'échec.

Enfin, dans les trois secteurs considérés qui ont fait face à des défis majeurs, les entrepreneurs haïtiens montrent peu de capacités organisationnelles. Aucune organisation disposant d'un certain pouvoir de mobiliser les ressources des membres pour exercer un contrôle potentiel sur les événements. Par contre, les besoins qui ont poussé à la création d'associations ne semblent pas diminués. Autrement dit, le même problème traverse les différents secteurs de l'économie haïtienne échantillonnée : des difficultés de s'organiser et de se constituer en groupe d'intérêts. À quoi tout cela est dû ? Les raisons évoquées par nos répondants ne sont que des pistes d'explication que peuvent creuser des recherches ultérieures.

#### 4.4. Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons analysé le rôle des réseaux sociaux et le poids de la solidarité ethnique dans l'entrepreneurship haïtien à Montréal. Parmi les réseaux utilisés par les entrepreneurs échantillonnés, les réseaux familiaux sont largement utilisés. Dix entrepreneurs sur treize emploient des membres de la famille. Trois sur treize investissent avec des membres proches de la famille. Quant aux réseaux d'amis, dans cinq cas sur treize, ils sont à la base du passage du travailleur migrant à l'entrepreneurship. Quatre répondants sur treize ont reçu des prêts sur parole. Dans la plupart des cas, ces prêts totalisent environ 15% du capital de départ. Ainsi le prêt sur parole est l'institution sociale haïtienne de solidarité qui semble se reproduire au Québec. Le « *sangue ou sol* » haïtien documenté par Michel Laguerre (1984) chez les Haïtiens de New York n'est pas observé dans notre échantillon.

Dans l'ensemble, les réseaux ethniques sont utilisés pour la création et le succès des entreprises. Certains entrepreneurs ont d'abord acquis un capital social en investissant dans le groupe haïtien à travers des émissions radiophoniques avant de se lancer en affaires. D'autres, au contraire, se sont basés sur leur capital d'expérience et leur connaissance d'un créneau. La contribution du réseau ethnique consiste en apport de ressources sociales encastées dans le groupe et en apport de la clientèle via la publicité de bouche à oreille. On s'attendait à une plus grande influence des structures médiatrices dans l'entrepreneurship haïtien. Elles semblent, pourtant, être quasiment inexistantes. Les entrepreneurs commencent à peine à se donner des représentations organisées. La déficience des structures médiatrices identitaires semble expliquer en partie les difficultés de coopération économique auxquelles les entrepreneurs se trouvent confrontés

La grande majorité d'entrepreneurs interviewés (dix sur treize) considère que les Haïtiens ne sont pas solidaires. Selon ces répondants, les Haïtiens occupent une position sociale qui fait pitié. Les causes identifiées sont diverses. On cite les arrivants des années 1960, les professionnels hautement qualifiés qui n'ont pas légué un héritage économique et institutionnel à la communauté. On mentionne également

la non confiance, l'individualisme à outrance, le manque de coopération économique dont la capacité de dialoguer sainement lorsque les intérêts économiques entrent en jeu, l'absence de structures médiatrices devant jouer un rôle d'encadrement, les clivages politiques et même un certain culte d'égalité qui traduit une propension à contester l'autorité d'un chef. Seulement trois répondants sur treize sont d'avis contraire. Cet avis repose uniquement sur le fait que leur entreprise dépend fortement de la clientèle haïtienne. Ils nuancent leur propos quand ils abordent la solidarité sur le plan communautaire car ils considèrent que les Haïtiens sont divisés. Alors que tous les répondants reposent fondamentalement leur stratégie d'affaires sur l'appui de la communauté comme clientèle de base pour réussir en affaires, ils jugent que l'état actuel de la solidarité communautaire ne permette que de vivoter. Autrement dit, il est quasiment impossible de passer de l'état de micro-entreprises à des entreprises de plus grande taille. La plupart d'entre eux soutiennent que les consommateurs haïtiens sont trop portés à aller vers d'autres marchés ethniques, notamment les marchés chinois et italien. Leur objectif central est d'arriver à une très forte concentration des dépenses de consommation des Haïtiens dans le marché haïtien. Mais ils divergent en amont sur la place de la solidarité ethnique. Deux courants s'opposent. Pour le premier, les consommateurs haïtiens doivent consentir des sacrifices pour consommer chez les Haïtiens. C'est ce qui permettra d'acquérir le capital financier et l'expertise sociale nécessaire pour donner des services de qualité. Cette perception semble contraster avec les intérêts immédiats des consommateurs potentiels. Car quand les entrepreneurs réagissent comme consommateurs haïtiens, ils expriment non seulement un besoin de services de qualité mais aussi le besoin des places qui donnent une plus grande représentation et de visibilité sociale aux Haïtiens. Pour le second, les clients cherchent avant tout des services de qualité avant qu'entre en cause le sentiment d'haïtianité et de solidarité. En conséquence, il revient aux entrepreneurs de dégager d'abord les moyens de leur but qui est le profit, de commencer par offrir un service de qualité pour ramener la confiance et fidéliser la clientèle haïtienne. La mise en commun des ressources ou la création d'entreprise incorporée devient alors partie intégrante de la stratégie. Cette manière de voir paraît novatrice dans le sens qu'elle cherche à déculpabiliser la clientèle et à responsabiliser

les entrepreneurs. Une place de choix semble être réservée alors aux structures médiatrices qui doivent instiguer le dialogue et la concertation au sein des investisseurs potentiels.

La place des structures médiatrices se fait beaucoup plus sentir quand on analyse la solidarité comme action collective. Cette capacité d'agir ensemble, collectivement repose en général sur un potentiel organisationnel élevé et le contrôle potentiel qu'un groupe exerce sur les événements (Nielsen, 1985). Chez les entrepreneurs échantillonnés, le potentiel organisationnel est quasiment nul. Une seule association d'entrepreneurs est repérée dont quatre répondants sur treize sont membres. Son existence remonte à l'année 2002. L'analyse de trois cas considérés (le taxi, le transport organisé et les « marchés alimentaires » suggère que les Haïtiens ont de grandes difficultés d'organisation. Dans les trois cas, les entrepreneurs ayant généralement des intérêts similaires n'arrivent pas à se constituer en groupe d'intérêts. Toutes les tentatives d'organisations sont soldées par l'échec. Qu'est-ce qui explique cela? Des recherches ultérieures répondront à cette question. Toutefois, les répondants ont indiqué des pistes de réflexions cités ci-dessus. Nous suggérons que la carence des structures médiatrices y joue un rôle fondamental.

En effet, un certain nombre de travaux reconnaissent que l'économie ethnique dépend fortement de la capacité de certains groupes immigrants à utiliser les réseaux sociaux (Boubakri, 1999; Peraldi, 1999; Ma Mung, 1999; Tarrius, 2001). Cette capacité varie aussi bien avec les individus qu'avec les groupes. Autrement dit, les réseaux sociaux sont inégalement accessibles et, de ce fait, ont des effets inégalitaires de telle sorte que les immigrants qui ont accès aux meilleurs réseaux réussissent mieux leur migration indépendamment des facteurs de capital humain (Roberts, 1995). Que peut-on conclure sur l'utilisation de réseaux dans l'entrepreneurship haïtien à Montréal? Il n'est ni optimum ni insignifiant. Mêmes les rapports familiaux sont difficilement convertibles en coopération d'affaires. Il paraît plus facile pour des amis de s'entraider ou de se faire des prêts que d'investir ensemble. Quant aux réseaux médiateurs ou groupes spécifiques, ils sont rares alors que leur présence

semble apporter du sang neuf dans l'entrepreneuriat haïtien. Le débat occasionné par la présence d'une association d'entrepreneurs tend à faire émerger une nouvelle conception d'entreprise plus capitaliste et à diminuer la pression en terme de solidarité ethnique.

Pour sa part, Granovetter (1995 :130) soutient que la forme d'adhésion organisationnelle diffère les groupes immigrants entre eux et leur capacité à constituer des réseaux spécifiques capables de générer des flux de crédit rotatif. C'est à ce niveau que les Haïtiens rencontrent, semble-t-il, plus de difficultés. Car les réseaux familiaux et d'amis sont les plus mobilisés par les entrepreneurs échantillonnés. Or, les travaux sur les solidarités familiales (Dechaux, 1990; 1994; Chauvière et Messu, 2003) montrent que, par nature, les réseaux familiaux génèrent et reproduisent des formes d'inégalités sociales. Ces inégalités sociales sont liées au fait qu'au sein d'une famille, les transferts de patrimoine et autres dons se basent sur certaines préférences et non toujours sur des règles d'équité. Elles sont dues aussi au fait que les familles varient largement de la catégorie des nantis à celle qui sont quasiment dépourvues de ressources. Cela dit, si l'appartenance à des réseaux déterminés réduit certaines vulnérabilités, l'appartenance à d'autres réseaux peuvent les soutenir. Par conséquent, les réseaux n'ont pas la propriété de corriger les risques sociaux et de remplacer les autres formes de solidarité sociale. Toutefois, la portée d'un réseau, comme l'a fait remarqué Ulf Hannerz (1980 :229), n'est pas une simple fonction du nombre de liens ou contacts. Elle dépend surtout de l'hétérogénéité des fréquentations d'origine différente en terme d'âge, de classe, d'appartenance ethnique, etc. Autrement dit, la portée d'un réseau est d'autant plus grande que les fréquentations sont socialement moins homogènes et vice-versa. Cela étant dit, nous nous mettons d'accord avec Dominique Daniel (1996) dans son livre sur l'immigration aux États-Unis que les réseaux « ne se contentent pas d'utiliser les ressources existantes mais plutôt de les augmenter : ouverture de nouvelles possibilités d'embauche, apport d'une nouvelle richesse humaine et financière qui favorise des investissements extérieurs » (Daniel, 1996 : 166). Selon nous, les structures médiatrices ou réseaux spécifiques sont ceux qui sont portés à travers

l'action collective à rechercher les autres formes de solidarité sociale et à travers l'investissement collectif à exercer un contrôle collectif sur les ressources individuelles. Dans ce cas-ci, les prêts et subventions publics auxquels les entrepreneurs ethniques ont libre accès constituent une forme de solidarité publique. Pourtant, aucun de nos répondants n'en a bénéficié. Il en est de même pour la tendance à la mise en commun des ressources pour créer de plus grandes entreprises incorporées chez les entrepreneurs interviewés qui occupe une place centrale dans le débat sur la qualité des services et la génération de la confiance chez la clientèle de base. Néanmoins, expliquer les difficultés de coopération socioéconomiques observées chez les entrepreneurs échantillonnés peut faire l'objet d'une recherche ultérieure.

## **Chapitre 5**

### **Portée transnationale et dimensions solidaires de l'entrepreneuriat haïtien de Montréal pour Haïti**

Depuis près d'un siècle, Haïti se taille une place sur la scène migratoire internationale avec le mouvement de « braceros », c'est-à-dire l'émigration de paysans vers les plantations sucrières en République Dominicaine et à Cuba inaugurée par l'occupation américaine d'Haïti de 1915 à 1934. Les courants migratoires se sont intensifiés au cours de la deuxième moitié du XXe siècle, avec d'abord la fuite des cerveaux (professionnels hautement qualifiés) au cours de la décennie 1960 pour cause de répression politique et ensuite, le mouvement des « boat people » (l'émigration de diverses couches populaires dans des conditions sécuritaires souvent douteuses) pour cause de la dégradation soutenue des conditions sociales d'existence à partir des années 1970. Avec ces trois mouvements migratoires, Haïti devient un cas modèle de pays d'émigration. On trouve de plus en plus de collectivités diasporiques haïtiennes partout dans la Caraïbe, en Amérique du Nord et dans certains pays d'Europe et de l'Amérique latine. Les liens familiaux sont de plus en plus métamorphosés et ont subi une double mutation. Jadis dominée par la famille « lakou » ou élargie<sup>40</sup>, la famille haïtienne a évolué vers des caractéristiques de famille nucléaire et de famille transnationale. Les liens familiaux transnationaux et leur potentiel de coopération économique sont objet de ce chapitre. Il analyse comment des immigrants haïtiens devenus entrepreneurs interagissent avec des membres de leur famille rapprochés en Haïti pour faire face aux difficultés économiques diverses auxquelles ces derniers et, le cas échéant, la famille entière se trouvent confrontés. L'attention se focalisera sur les pratiques et les formes de solidarités sociales encadrées dans les relations de parenté qui fondent les échanges entre immigrants et proches parents au-delà des frontières nationales et leurs impacts

---

<sup>40</sup> Hubert De Ronceray (1979) révèle une mutation en cours allant de la « famille communautaire » à la famille de type nucléaire.

dans un contexte où les divers risques sociaux individuels ne sont pas couverts par un régime de solidarité publique institutionnalisée.

Ce chapitre vise à décrire les caractéristiques transnationales de l'entrepreneuriat haïtien de Montréal et sa contribution à Haïti. Il répond à quatre questions clés. Comment les entrepreneurs interagissent avec leur famille au pays d'origine? La création d'entreprises à Montréal aide-t-elle à créer des entreprises en Haïti? Comment cela se fait-il? Existe-t-il d'autres relations économiques entre l'entrepreneuriat haïtien à Montréal et Haïti? Le texte comprend six parties. La première présente la perception des entrepreneurs de leurs attaches avec le pays et leurs motivations d'échange. La deuxième partie porte sur les liens familiaux et transferts d'argent. La troisième est focalisée sur la coopération d'affaires entre les entrepreneurs et membres de leur famille. La quatrième traite des caractéristiques transnationales des entreprises échantillonnées. La cinquième et la sixième partie discutent respectivement de la possibilité d'investissement direct des entrepreneurs en Haïti et de la participation des entrepreneurs au tourisme ethnique, etc. La quatrième et cinquième partie sera consacrée à une description des entreprises ayant des caractéristiques transnationales.

### **5. 1. Perception d'attaches et motivations d'échange avec Haïti**

Si beaucoup d'immigrants et descendants restent liés à travers le temps à leur pays d'origine, les points d'attaches sont divers et peuvent se situer à des degrés variables selon qu'ils y ont des parents et autres membres de la famille, des intérêts économiques et des souvenirs immémoriaux qui entretiennent une forte identité, c'est-à-dire s'ils se sentent concernés par ce qui se fait dans ce lieu et par l'image qui est projetée à eux pour définir cette identité. En effet, seulement six répondants sur treize ont de très proches parents (père, mère, frères et sœurs et parfois des cousins et cousines germains) en Haïti. Bien que tous y ont encore d'autres liens de parenté, neuf sur treize se disent liés à la mère patrie.



La présence d'un proche parent paraît au premier plan des motivations des relations d'échange avec le pays. Certains entrepreneurs ne font plus des transferts d'argent, n'ont plus d'incitation à voyager au fur et à mesure que les parents sont disparus ou parviennent également à émigrer. Cela se produit en dépit du fait qu'ils déclarent avoir d'autres membres de famille en Haïti et se sentent ombilicalement liés à la terre natale. Toutefois, l'image qu'Haïti projette à l'extérieur et la situation d'instabilité politique et d'insécurité qui sévissent dans ce pays tendent à dissuader l'intérêt des répondants à maintenir des relations d'échange avec l'*alma mater*.

## 5.2. Liens familiaux transnationaux et transferts d'argent

Le tableau 10 présente les liens à travers lesquels les immigrants (entrepreneurs) entretiennent des rapports déterminés avec Haïti ou plus spécifiquement les membres de leurs familles qui résident dans ce pays. Ce tableau résume la tendance exprimée.

**Tableau 10. Type de liens entretenus avec Haïti par les 13 entrepreneurs interrogés**

| Entrepreneurs par<br>type de liens avec Haïti      | Lien assumé<br>(nombre) | Lien non assumé<br>(nombre) | Non disponible<br>(nombre) | Total |
|--|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------|
| Transferts d'argent à des<br>proches parents       | 7                       | 4                           | 2                          | 13    |
| Parrainage de proches parents                      | 6                       | 5                           | 2                          | 13    |
| Coopération d'affaires avec de<br>proches en Haïti | 3                       | 10                          | 0                          | 13    |
| Intention investissement                           | 10                      | 2                           | 1                          | 13    |
| Voyages  | 9                       | 1                           | 3                          | 13    |

Source : enquête de l'auteur

Suivant la dichotomie des liens sociaux forts et faibles<sup>41</sup>, les échanges familiaux transnationaux se basent exclusivement sur des liens sociaux forts. Dans le cas qui

<sup>41</sup> Selon John Durston (2000 : 29), les liens sociaux forts sont ceux qui se nouent entre de proches parents et des personnes se connaissant bien et se faisant confiance. Ces liens sont nécessaires pour créer une entreprise d'incorporation dans laquelle les associés apportent leurs ressources personnelles. Par contre, les liens faibles caractérisent les relations entre les personnes-contacts à l'intérieur d'une association formelle dont l'attribut est de soutenir une action collective. Il en est de même pour les

nous concerne, les relations de parenté présentent des niveaux d'affinités qui commandent la logique des échanges ou des donations entre les membres d'une même famille. L'analyse risque de ne pas cerner cette logique si la force des liens familiaux n'est pas prise en considération.

Bien que la totalité des répondants reconnaissent avoir des membres de leur famille (cousins et cousines, tantes et oncles, neveux et nièces, etc) en Haïti, seulement six (6) répondants sur treize (13) y ont de très proches parents, c'est-à-dire père, mère, frères et sœurs). Des cousins et cousines germains sont, parfois, considérés parmi les très proches parents. Le nombre de ceux qui expédient des transferts à des membres de leur famille se rapproche de ceux qui déclarent de proches parents, sept (7) sur treize (13).

La plupart de ceux qui envoient des transferts le font très régulièrement. Certains le font dans des moments particuliers et quand ils sont sollicités. La régularité dépend de la nature du lien familial et de la situation sociale de la famille en Haïti. Le degré de rapprochement ou d'affinités des liens familiaux influe sans nul doute sur les flux transnationaux (les remises des immigrants). Les répondants qui n'envoient pas de remises sont parmi ceux qui ont leurs parents décédés, ou émigrés au Canada et qui n'ont ni frères ni sœurs en Haïti ou parce que ces derniers ne sont pas en nécessité. Nacius est l'un d'eux. Il nous a parlé comme suit :

« C'était mon épouse qui était ici. Elle a fait la demande pour moi. Et après ça, j'ai fait entrer mes frères et sœurs, ma mère et mon père. J'ai sûrement des liens familiaux en Haïti. Je suis déconnecté là d'Haïti. Je n'aide personne là-bas ».

C'est après l'émigration de ses très proches parents qu'il se dit déconnecter avec le pays. Pour un autre répondant, Amado, ce sont les parents qui l'ont motivé à envoyer des transferts et à voyager en Haïti.

« J'envoie moi, par le biais de Vision Mondiale. Ça fait plus de 20 ans que je parraine des enfants que ce soit en Afrique ou en Haïti. Mais c'est par le

---

simples contacts qui consistent à étendre le réservoir de ressources humaines et institutionnelles, soit à travers des contacts directs ou à travers une longue chaîne.

biais d'une organisation internationale et puis, on me donne des nouvelles. On passe dans mon compte, on fait des prélèvements. (...) Oui, j'y vais à tous les 5-6 ans. Et puis je vais ailleurs, surtout après le décès de mes parents, j'ai bien moins d'incitatif à y aller. Je suis toujours rattaché à Haïti. Cependant, bon je n'y vais pas chaque année comme vous ou d'autres personnes ».

Les données suggèrent que, dans le cadre des liens forts au premier degré (Père, mère, frères et sœurs, parfois des cousins germains), l'expéditeur de transferts a tendance à considérer son acte comme un devoir, une responsabilité morale envers les bénéficiaires. Par contre, dans le cadre des liens familiaux de moindre importance, l'expédition sort de sa logique d'obligation pour devenir une aide, un don donné quand le moment est favorable pour l'expéditeur. Ces flux semblent être également influencés par la trajectoire sociale ou de classe des individus, par le sexe ainsi que la génération d'immigration.

### **5.2.1 Les entrepreneurs de la deuxième génération : une implication faible**

Les deux répondants appartenant à la deuxième génération n'envoient pas de transferts en Haïti. Bécamel est l'un d'eux qui a, cependant, reçu un support financier de son père pour se lancer en affaires. En dépit du fait que ce dernier vit en Haïti, cet entrepreneur n'assume aucun lien avec son pays de souche. Notre conversation sur ces questions s'est déroulée comme suit :

« Vos rapports avec Haïti ?

J'en ai pas. On peut sauter cette question là. La prochaine!

Voyagez-vous souvent en Haïti?

Non, non. Mon père habite en Haïti, aux Gonaïves mais je n'ai aucun lien avec ça. Alors prochaine question!

Est-ce que vous avez d'autres personnes proches qui habitent en Haïti?

Mon Père seulement.

Est-ce que vous envoyez des transferts en Haïti?

Mon père a de l'argent. Au contrairement, c'est lui qui m'a donné de l'argent pour bâtir un commerce (... rit).

Vos parents étaient-ils en affaires aussi ?

Non, non. Il a travaillé toute sa vie, faire de l'économie. Et je dis est-ce que je peux en avoir un peu ? Il dit oui ».

Contrairement à lui, Marlène a une grand-mère et d'autres proches en Haïti. Elle garde des liens avec eux. Née aux États-Unis, elle est arrivée à deux ans au Canada avec le statut d'immigrant reçu. Marlène n'expédie pas de transferts. Elle reconnaît néanmoins, que ses parents continuent d'envoyer de l'argent à des proches en Haïti. Effet de génération, elle n'épouse pas cette logique car sa « mentalité en la matière est plutôt nord-américaine », pense-t-il. Cependant, elle garde des attaches haïtiennes et a voyagé là-bas pour raisons touristiques. Elle expose son point de vue :

« Je ne crois pas que je dois aider des gens économiquement. Nous sommes des adultes. La notion d'aider! J'ai une grand-mère. À la limite, je peux envoyer indirectement quel genre de truc. Mais ce n'est pas dans ma notion de m'occuper de quelqu'un d'autre financièrement. Ma grand-mère, c'est différent. J'ai des oncles qui peuvent être bénéficiaires de moi indirectement. Mais avoir quelqu'un à qui envoyer un revenu chaque mois, c'est pas quelque chose que j'encourage. Chacun vit de ses moyens. Cependant, dans l'affaire des Gonaïves, j'ai envoyé. Cette histoire de famille élargie, ce n'est pas la même chose pour moi. Avec mes parents, on en discute mais ça ne marche pas. Par contre, je m'occupais de mes parents avant. Et cette histoire de famille élargie, si encore j'aurai en retour juste un merci, je pourrai en financer, peut-être. Mais ce sont des gens qui n'apprécient pas et qui le considère comme un dû. Si c'est ma mère, je vais aider, c'est ça la vie. Ma sœur ou ma mère c'est clair je vais aider. Mes parents, par contre, envoient des transferts, pas chaque mois mais régulièrement quand même ».

Fille aînée d'un père machiniste et d'une dactylographe, Marlène reste marquée par les sacrifices consentis par ses parents pour son éducation privée au Québec. Selon elle, les parents ont attendu qu'elle termine l'université avant d'acheter une maison. En raison de cela, aider les parents qui ont fait de tels sacrifices est un devoir. Marlène n'a des redevances qu'envers le noyau familial (ses parents et sa sœur). Ainsi la question des transferts d'argent paraît être une pratique propre de la première génération.

### **5.2.2 Les immigrants de la première génération : l'aide obligée**

Le comportement transnational des immigrants de la première génération semble se caractériser par l'obligation d'aider les membres de la famille restée en Haïti. Qu'ils soient arrivés à l'âge d'adulte ou pendant leur adolescence, l'âge au moment de

l'émigration n'influence pas les flux de transferts dans notre échantillon. Par contre, ils sont surtout influencés par la position sociale des immigrants. Plus la position sociale est élevée ou plus ils sont éduqués, moins les immigrants de notre échantillon envoient des remises tant en terme de volume de transferts qu'en terme de régularité. Ces caractéristiques sont explicitées en comparant deux immigrants d'origine sociale différente ayant le même niveau de capital humain et deux immigrants non qualifiés ayant une origine sociale similaire.

#### **5.2.2.1. Transferts d'argent faits par les immigrants qualifiés**

Zabulon et Mathurin ont le même niveau d'études, respectivement une maîtrise en chimie et en bibliothéconomie et sont tous deux originaires du Département de l'Artibonite (Haïti). Ils se diffèrent par leur origine sociale. Zabulon est le fils d'une travailleuse autonome, une « Madan sara » qui l'avait éduqué avec « l'argent des autres », le prêt sur parole lui servant de fonds de roulement dans son commerce. Mathurin est fils de deux grands propriétaires terriens de l'Artibonite. Il a été envoyé aux États-Unis après son baccalauréat haïtien pour étudier la médecine avant de se retrouver dans la profession de son choix (bibliothéconomie) à Montréal. Tandis que le premier a étudié à la Faculté de Médecine de l'Université d'État d'Haïti. Il est devenu chimiste par suite de la non reconnaissance de son diplôme.

Zabulon a deux frères et une sœur au Canada. Il est lui-même doublement le produit de la solidarité familiale. D'abord, il est devenu pharmacien grâce à la solidarité dont bénéficia sa mère. En outre, il a été pris en main par sa grande sœur qui l'a parrainé pour entrer au Canada et qui l'a beaucoup soutenu durant une phase d'intégration difficile au Québec. D'ailleurs, dit-il, sa sœur est sa seconde mère. Étant donné que la mère vit en Haïti, Zabulon lui envoie chaque mois un transfert. Ils sont trois frères et une sœur qui s'entendent pour envoyer ensemble un minimum \$100 mensuellement. Il envoie des remises à d'autres proches en Haïti mais à intervalle irrégulier. Pour sa part, Mathurin est fortement connecté avec Haïti. Il n'a pas de dépendant là-bas et n'a

pas d'obligation d'envoyer des remises. Mais, dans certaines grandes occasions, il envoie des transferts allant jusqu'à \$500 dollars.

Contrairement à Zabulon, Mathurin est issue d'une « famille riche » qui n'a pas vraiment besoin de transferts. Ses transferts peuvent avoir une fonction cérémonielle dans certaines grandes occasions. Par contre, Zabulon et ses frères et sa sœur envoient parce que la famille est nécessiteuse. Ils sont quatre à s'entendre pour transférer \$100 par mois. Comparés avec les immigrants non qualifiés, l'engagement transnational en matière de soutien familial est bien différent.

#### **5.2.2.2. Transfert d'argent et parrainage des proches par les immigrants non qualifiés**

Roland et Marius présentent des similarités tant par leur profil social que par leurs liens familiaux transnationaux. Ils sont originaires respectivement du Département de la Grand'Anse et du Sud d'Haïti. Ils sont arrivés avec le même niveau scolaire (Études primaires terminées). Le premier était un apprenti mécanicien et le deuxième un camionneur-mécanicien de Port-au-Prince. En plus de son expérience pré-migratoire, Marius était socialement moins vulnérable. Il a séjourné à New York, deux ans auparavant, avant d'immigrer au Québec avec sa résidence en main. Il a poursuivi ses études jusqu'au secondaire III pour apprendre le français et l'anglais. Puis, il a étudié la mécanique pendant deux ans environ. À l'opposé, Roland est entré avec un visa visiteur et n'avait aucune liaison sûre (parenté, amitié). Il a étudié l'anglais pendant trois mois et s'est mis à travailler. Il n'avait pas le choix, dit-il, parce qu'il devait aider « les autres restés là-bas et les entrer à Montréal » :

« C'est mon destin qui m'entraîne là-dans, qui fait que je suis ce que je suis maintenant. Mais quand même, je voulais faire des études. La vie était là mais je n'ai pas pu. Quand je suis arrivé ici, j'étais obligé de travailler tout le temps, envoyer de l'argent là-bas, aider la famille. Jusqu'à maintenant, on le fait encore parce que ma famille est très nombreuse. Nous ne sommes pas riche. En plus de ça, ils habitent à la capitale et ce n'est pas facile de vivre à la capitale. Moi, si j'étais à leur place, je serais allé à la campagne parce que c'est ce que j'aime mais ils sont là. Il faut les aider ».

Roland n'avait pas le choix. Son itinéraire l'illustre bien. Il a tenté en vain d'entrer à une école technique à Port-au-Prince ; puis il retourna à Jérémie. C'est un grand frère qui l'a fait revenir à Port-au-Prince pour apprendre la mécanique ajustable dans un garage. Ce frère avait toute la « famille nombreuse » à sa charge quand il est mort dans un accident de voiture à Port-au-Prince. C'est ce « destin » qui l'amène à voler de ses propres ailes pour ensuite prendre la relève de son frère, c'est-à-dire, devenir le pivot de la famille. Depuis 1972, date de son arrivée à Montréal, il assuma indéniablement ce rôle. Il envoie très régulièrement des transferts. Les proches parents habitent de nos jours à la Capitale. Il fallait qu'ils se nourrissent et payent leur loyer, dit-il. Roland a voulu être un agriculteur-éleveur. Il s'est sacrifié pour remplir son devoir familial. Sa stratégie était de frayer le chemin pour les autres. Aussi a-t-il parrainé quatorze membres de sa famille qui le suivent au Québec.

« Moi, je regrette de ne pas pouvoir en profiter (pour étudier au Québec). Pas parce que je n'aime pas mais faute de moyen, parent pauvre. J'étais le premier là qui a laissé la famille pour venir ici. J'ai fait entrer quatorze, incluant ma femme, sa mère, des petits neveux, des petites nièces, frères, sœurs. Avant c'était facile. Ce n'était pas si difficile. On pouvait faire venir son frère, sa sœur, sa femme; ce n'était pas difficile. Mais depuis quelques années, c'est changé. C'était mieux. Je pensais que là ils pouvaient aider les autres aussi ».

L'objectif d'aider les autres est atteint. Il en est fier. L'entreprise qu'il dirige a un chiffre d'affaires de deux millions de dollars canadiens environ. Cela n'empêche qu'il vit un « statut social inconsistent »<sup>42</sup> puisqu'il n'a pas réalisé son rêve d'agriculteur/éleveur. La vie urbaine ne l'enchantait pas. En dépit de 30 ans vécus au Québec, Roland garde ce sentiment que son âme vit en Haïti. Il regrette d'avoir été socialement forcé de quitter son pays et espère y aller mourir.

« Moi, je dis que mon cœur est toujours resté là-bas. Parce que j'étais fils de cultivateur. J'étais dans les champs. J'avais des cochons, des cabris, des poules. C'est ça que j'aime. J'ai même essayé d'aller m'inscrire à l'école de moyenne agriculture en Haïti. J'ai essayé mais ça n'a pas marché. Parce que je voulais retourner dans les champs, c'est ce que j'aime. J'aime les bois, j'aime la campagne. Je ne suis pas un «garde-ville». Ça me reste marqué encore; je me vois là-dans ».

<sup>42</sup> Pyong Gap Min (2000) emploie ce concept pour décrire la situation des entrepreneurs coréens aux Etats-Unis qui réussissent économiquement et, pourtant, sont insatisfaits de leur position sociale.

Par ailleurs, il est satisfait d'avoir non seulement créé des emplois mais d'avoir joué un rôle fort appréciable dans la communauté haïtienne de Montréal :

« Bon, dans un sens, je peux dire que je suis satisfait un peu parce que j'ai réussi à créer quelques emplois. Et puis les gens paraissent satisfaits de ce qu'on leur offre. Ils nous disent assez souvent qu'on est content de ce que vous faites. Alors, ça aide beaucoup. C'est ça la satisfaction. Je ne peux pas dire que c'est un devoir ou une mission accompli. Non, loin de là, il reste beaucoup à faire pour la communauté, bien sûr ! Parce qu'il semble que les gens apprécient ce qu'on leur offre ».

Pour sa part, comment Marius s'y prend-il ? Ses parents sont décédés. Il envoie des transferts à d'autres membres rapprochés de la famille. Il en parle :

« Oui, j'ai des cousins et des familles à qui je donne des aides : envoyer de l'argent, leur payer un loyer. Après ça, mon père et ma mère sont morts. Je n'ai pas de tante. Tous mes enfants sont ici. Mais j'ai des proches en Haïti. Je ne peux pas les compter. Ce sont des cousins, des oncles et autres membres de la famille. De temps en temps, il faut envoyer un cinquante, un trente dollars. On a une maison à payer pour eux. D'un moment à l'autre, on peut recevoir un appel. Surtout, quand on rentre, il y a des petits cousins et autres, il faut leur apporter quelque chose. Je peux dire que j'ai à peu près cinq cousins/cousines qui reçoivent mon aide. Quant au montant, ça dépend de ce que la personne demande, du nombre de personnes auxquelles il est destiné. On a jamais un chiffre fixe ».

Le logement est au deuxième rang des dépenses par poste budgétaire<sup>43</sup> en Haïti. Il est très difficile pour une personne même en emploi de payer son loyer. Lorsque le ménage est au chômage l'aide venant de la diaspora paraît essentielle à la reproduction des conditions sociales de survie compte tenu qu'aucune forme de solidarité publique ne garantit aux individus une prise en charge sociale du risque. Étant donné que la famille seule supporte les risques, l'aide de l'immigrant semble remplir la fonction de couverture d'assurance. Dans le cas de Marius, il n'a pas de dépendants proprement dit en Haïti. S'il y en a, c'est juste pour le loyer. Il en parle :

« Ça dépend de ce que la personne demande, du nombre de personnes auxquelles il est destiné. On n'a jamais un chiffre fixe. Il n'y en a pas qui

<sup>43</sup> Voir L'IHSI (2001b : 66) les résultats de l'enquête Budget consommation des ménages 1999-2000.



dépend de moi. Peut-être pour le logement, je peux dire oui. Pour la nourriture, si on n'envoie pas ils peuvent se débrouiller mais chaque année, il doit payer le loyer ».

En plus des remises envoyées, Marius a parrainé une vingtaine de personnes. Pour sa part, Marie-Louise est fille unique de sa famille et est de même catégorie sociale que ces derniers. Elle est arrivée au Québec à 22 ans. C'est son fiancé qui l'a parrainée. Après avoir parrainé sa mère, elle garde encore des liens d'affinités avec des cousines et cousins en Haïti. Elle leur envoie des transferts pour payer le loyer.

« J'ai des cousins. Je n'ai pas de frère, de sœur. J'envoie à des amis, des parents, c'est-à-dire cousins, cousines. On a toujours quelqu'un. C'est l'arbre. C'est la racine. On en a toujours. C'est profond (... rit). Là maintenant, je viens d'appeler pour faire \$400. Ce des amis. Aujourd'hui, j'ai eu deux appels, ce des amis. Le pays n'est pas bon. Alors si les gens viennent dans mon salon, ils viennent aider les autres aussi. Parce que j'ai appelé pour faire 400 dollars américains, ça revient à 490 et le prix est meilleur. Alors, ce n'est pas un cadeau, c'est un loyer. Et puis les gens à qui je l'ai envoyé, tu ne sais pas qui, entre nous, ta famille peut en recevoir parce que là-bas, on a le sens de partage ».

Marie-Louise envoie occasionnellement à ses cousin-es ou à des amis. La fête de Noël est le moment privilégié. Elle n'a pas l'obligation d'envoyer mais « l'amour » le commande. Elle envoie aussi quand elle est sollicitée. Par exemple, une amie qu'elle n'a pas entendue depuis huit ans a appelé parce que sa mère vient d'être décédée. Elle (Marie Louise) lui a promis d'envoyer un cent dollars immédiatement.

Pour ces immigrants non qualifiés, l'immigration paraît être une stratégie familiale. Elle concourt à deux rôles spécifiques. Venir en aide à la famille par l'envoi régulier de transferts et aider d'autres membres de famille à émigrer. Au-delà de la survie familiale, l'émigration semble être conçue comme une stratégie de mobilité sociale.

### **5.2.3. Portée sociale du soutien familial**

La plupart du temps, la mobilité sociale passe par un investissement dans le capital humain, c'est-à-dire au niveau de la formation des plus jeunes. Ainsi les flux de transferts influent positivement sur la hausse du taux et du niveau de scolarité. Dans

ce cas, que le transfert soit destiné à payer le loyer, à payer les frais de scolarité, qu'il s'agisse d'un transfert de nourriture, l'aide de l'immigrant ne constitue pas moins un investissement dans le capital humain de la famille.

Roland et Marius ne sont pas les seuls exemples des personnes qui investissent de cette manière dans l'unité familiale. Franck est un de ces investisseurs :

« J'ai des frères en Haïti, cousins et oncles. En réalité tout le monde en Haïti dépend de ceux qui sont ici. Eh... oui, je n'envoie pas régulièrement mais j'envoie chaque année. J'envoie de l'argent et de nourriture. C'est mon époque qui arrive maintenant. Les moments précis pour moi, c'est l'école et la Noël. Ils sont proches mais parfois c'est le moment où les gens attendent quelque chose ».

Certains immigrants fixent des moments particuliers pour apporter leur contribution. L'ouverture des classes (l'école) est un de ces périodes. C'est l'époque où les parents font les plus gros investissements pour les enfants, soit pour payer les frais de scolarité, soit pour payer le logement. En Haïti, le coût scolaire par enfant dépasse de loin le revenu *per capita* par habitant<sup>44</sup>. De ce fait, les familles des classes moyennes et populaires qui ont des ressources expatriées sont les plus aptes à faire face à leurs obligations familiales et sont souvent celles qui peuvent payer une école d'élite ou de qualité pour leurs enfants. Quand l'immigrant choisit cette époque pour donner son aide, ne souscrit-il pas à sa fonction d'assurance et d'investisseur dans le capital humain ?

A l'instar de ces derniers, Boulla investit de deux autres manières dans sa parenté en plus d'envoyer des conteneurs. Elle envoie de l'argent pour entretenir des jeunes neveux et nièces, probablement dans leur formation. En outre, elle finance l'émigration de quelques-uns. Donc, elle investit triplement dans les relations familiales. Elle en dit plus :

« Je n'ai plus de demi-frères, les deux sont décédés. J'ai des demi-sœurs. J'en ai une que j'avais aidée à entrer au Canada. Elle a étudié la

<sup>44</sup> Le revenu *per capita* n'excède pas \$USD 304. Selon Lundhal (2004), les frais de scolarité pour un élève d'une école technique de Port-au-Prince se chiffrent à \$USD500 par an. Dans certaines écoles secondaires de Port-au-Prince, l'obligation scolaire, c'est-à-dire un frais hors norme qu'il faut payer d'avance pour garantir la place de l'élève et qui n'est pas remboursable avoisine ce montant.

coiffure. Malheureusement, elle n'est pas restée. Elle était ici. Elle est partie pour New York. Elle n'a pas été sérieuse ! J'en ai assez aidé. J'aime vraiment aider. Ça me retourne. J'ai deux demi-sœurs en Haïti. Il y en a une qui a huit enfants. L'autre en a huit aussi. Alors quand j'envoie des sous, je ne sais pas si je dois dire 16 personnes. Ça dépend, parfois ça peut aller aux deux, trois mois. Parfois au mois. Des fois, ça peut aller aux six mois aussi, ça dépend. Comme là, je dois aller envoyer de l'argent parce que là il y a un mariage. Là, s'il y a quelque chose, c'est sûr je vais envoyer. Mais normalement, mes neveux m'appellent assez souvent. C'est parce que chaque fois qu'ils m'appellent c'est aux deux semaines. C'est pas blague du tout. Je les aide, je ne les connais même pas. Comme là, j'en ai un, il est parti à la Martinique. Je l'ai aidé à partir. Il est là-bas ».

Le montant des transferts, dans son cas, varie selon les situations. Parfois, c'est \$500 canadiens. Elle envoie particulièrement à l'époque de Noël et de pâques, sinon au moment des sollicitations. Elle expédie également des conteneurs à des demi-sœurs en Haïti. Ce qui caractérise les flux quand les liens familiaux sont faibles, c'est le fait que le donateur n'est pas obligé de le faire. C'est le cas pour Madame Boulla :

« Bon, c'est pourquoi, je ne veux pas qu'on m'oblige. J'envoie si je peux. Il n'y a personne qui m'oblige à envoyer. Ce n'est pas que je vais laisser mes factures pour envoyer. Alors, c'est pour ça, parfois c'est lourd ».

Les immigrants haïtiens de Montréal comme partout ailleurs envoient des transferts aux membres de leur famille en Haïti. Ces transferts représentent un soutien familial important non seulement sur le plan quantitatif mais aussi par les fonctions qu'ils remplissent. Appréhender ce soutien permettra d'apprécier l'apport de l'immigration haïtienne à l'économie des familles qui sont parties prenantes de cette dynamique migratoire. Cette étude de cas ne cherche aucunement à mesurer le volume total des transferts qui, très probablement, n'est pas disponible par pays de provenance et par agence de transfert. Si nous donnons quelques chiffres, ils servent justement à appréhender les fonctions économiques d'une telle entreprise, c'est-à-dire l'impact du revenu migratoire sur l'économie haïtienne et en particulier le mode de vie des ménages concernés. Autrement dit, le revenu migratoire est important tant au niveau micro que macro économique. Nous avons identifié à cette fin au moins six agences de transferts d'argent haïtiennes ayant leur établissement à Montréal. Parmi ces

agences, nous en avons interviewé une à titre d'informateur clé. Elle estime entre 30 et 40 millions de dollars américains les transferts de la communauté haïtienne du Canada qui sont expédiés annuellement en Haïti par moyen de cette firme. Si toutes les firmes avaient une part égale de marché, la communauté haïtienne du Canada expédierait entre 180 millions et 240 millions dollars américains en Haïti. Néanmoins, l'agence de transfert interviewé (un informateur clé) confirme que ce sont particulièrement les immigrants les moins bien intégrés qui envoient le plus d'argent en Haïti :

« Bon, ce sont les petits employés. En moyenne, c'est 150 dollars; donc c'est les gagne-petits. Ce ne sont pas seulement les intellectuels, les gens qui gagnent dans les professions libérales. Ce sont les petits ouvriers, les petits employés. Donc annuellement, ça peut atteindre à peu près 10, 12 millions par mois, multiplier par 12, ça vous donne une approximation pour l'ensemble. Mais pour le Canada, c'est à peu près \$US 30-40 millions par année, peut-être ».

Alors qu'au niveau macro, les transferts aident à pallier le déficit de la balance commerciale et permet à l'économie d'éviter la banqueroute quand l'aide internationale est absente, les transferts ont un rôle plus marqué au niveau micro, dans l'économie des ménages. Soulignons que les immigrants expédient non seulement de l'argent, mais aussi des produits alimentaires et parfois des conteneurs de marchandises. Les contributions sont multiples. Il s'agit d'un support à la consommation de base, un investissement le plus souvent dans le capital humain (aide à payer l'école) et un appui à l'empowerment en général et des femmes en particulier.

### **5.3. La coopération d'affaires : l'envoi de conteneurs et le cas de Franck**

La coopération d'affaires entre des membres de la même famille nous paraît d'un grand intérêt théorique pour mesurer la portée de la solidarité familiale dans la mesure où cette pratique, plus que les autres, serait liée à la production/ reproduction du prestige social (familial) et à une stratégie de mobilité sociale. Il résulterait d'une mise en forme entre le local et le transnational dans l'espace social du milieu d'origine. Dans la mesure où l'émigration est une stratégie familiale de survie ou de

contournement de l'immobilité sociale, la coopération d'affaires peut assurer la validation de la mobilité sociale de l'émigré et de sa famille. Elle encourage, en effet, une mobilité sur place qui produit un jeu de miroir, c'est une présence et une représentation de l'immigrant dans son milieu d'origine. Cette présence est marquée par l'entreprise créée par des proches parents qui subit par cela même une promotion sociale. Tandis la représentation de l'immigrant se fait par les transferts d'argent et signes matériels de richesse qui symbolisent socialement la réussite familiale liée à celle de l'immigrant lui-même. Parmi nos répondants, trois seuls ont engagé une dynamique de coopération d'affaires avec des membres de la famille. Ce sont deux coiffeuses qui envoient des conteneurs et Franck qui a une compagnie de taxi.

Marie-Louise en est une de ces coiffeuses. Elle précise les grandes lignes de sa démarche :

« Ah, je viens d'envoyer un cargo, un conteneur. Alors, je dis aux gens, comme Dieu l'a dit, au lieu de donner un poisson tous les jours, mieux vaut qu'on montre aux gens comment pêcher, alors ce que j'avais l'intention de faire et que j'ai fait. J'ai acheté des affaires que je leur envoie. Je leur demande d'essayer de les vendre, et puis si t'es capable, essayez de m'envoyer un p'tit peu aussi pour racheter. Alors c'est comme ça aussi il faut m'aider parce qu'il ne faut pas montrer aux gens que le pays est facile aussi. Parce qu'ils ne voient pas. Ils pensent que tout est l'huile. C'est pas facile ».

Une autre manière d'aider, selon elle, c'est de rendre les bénéficiaires autonomes. L'envoi de conteneurs poursuit cet objectif et les dote de certains pouvoirs personnels et dans leurs rapports avec l'autrui. C'est à partir de son dernier voyage en Haïti pour visiter son père avant son décès qu'elle a pris la décision. L'avant dernier remonte à huit ans. Elle s'explique :

« Un peu de tout. Il y a des linges, des livres, des valises, un peu de tout. Mais c'est pas quelque chose que j'ai l'habitude de faire. C'est ma mère. Mais vu que j'étais en Haïti au mois de juillet, j'ai vu la façon dont les gens vivent là-bas. Alors j'ai décidé de faire ça mais il m'a coûté vraiment cher parce que j'ai fait quatre « drum » d'un coup ».

Elle demande aux destinataires d'initier un commerce : vendre une partie et lui retourner un peu d'argent afin d'allonger le processus. Alors, le reste dépend sans doute de l'avenir de la coopération. Si elle ne voyage pas souvent c'est à cause de l'insécurité. Elle pense aussi à retourner, à investir là-bas, ouvrir une école de coiffure. Mais tout dépend de l'évolution de la situation (stabilité politique et la sécurité).

Boulla aussi fait la même chose pour ses cousines et des demi-sœurs en dépit du fait qu'elle a laissé Haïti depuis son adolescence (à l'âge de 13 ans). Toutefois, elle préfère envoyer de l'argent parce que c'est plus sécuritaire que les marchandises. Elle s'explique comme suit :

« J'envoie également des « drum » (conteneurs) à des cousines. J'en ai fait assez souvent. Mais j'ai arrêté parce que la dernière fois les drums ont été remis presque vide aux destinataires. Je n'ai pas aimé l'expérience. Le transporteur en a vidé le contenu. J'ai préféré envoyer des sous. Mais je suis en train de préparer des drums actuellement. J'attends que mon beau-frère parte pour les envoyer ».

Cette pratique est courante particulièrement chez les Haïtiens de Miami. On envoie toutes sortes de produits usagés (matelas, vêtements et chaussures, linges, réfrigérateurs, fer à repasser, etc.). Ce commerce de « pèpè »<sup>45</sup> ou produits usagés a commencé depuis les années 1980. Il génère une source de revenu pour un nombre important de chômeurs et de familles. Dans le domaine vestimentaire, les effets positifs peuvent s'avérer multiples comme, par exemple, la réduction ou la résolution partielle d'une crise de vêtements jadis aigue. Certaines couches de la population notamment les paysans pauvres et des couches populaires urbaines pouvaient difficilement s'habiller convenablement. Ce commerce a donné l'accès vestimentaire à un grand nombre en produisant un ajustement de portée de classe dans le domaine de l'habillement – réduction des différenciations de classe criantes en la matière à peu de frais. C'est très relatif bien entendu parce que ces produits usagés sont aussi très inégalement accessibles. Les « pèpè » de qualité peuvent se vendre également dans des boutiques « huppées ». Cependant, les conséquences ne sont pas les

---

<sup>45</sup> Le « pèpè » est un produit usager (vêtements, chaussures, ustensiles de cuisines, etc.) qui se vend dans les rues, dans des coins des marchés publics. C'est l'équivalent des friperies au Québec.

moindres. Cela a amenuisé l'industrie locale d'habillement, appauvri les artisans (tailleurs, cordonniers) qui se transforment pour la plupart en commerçant de « pèpè ». Il a également changé, paraît-il, la configuration sociale de certaines villes. Le Cap-Haïtien, la deuxième ville du pays, Ville touristique et historique d'Haïti par excellence, était quasiment transformée en dépôt de « pèpè ». Certaines places publiques comme celle de la rue 3 du Cap-Haïtien se changeaient en marché de « pèpè ». En même temps, ce commerce a semblé aiguïser le prix et la crise du logement. Il va sans dire que ce commerce peut paraître comme un démoralisateur en accroissant le niveau de pollution des villes affectées. Il n'en reste pas moins que la pratique d'envoi de conteneurs soit le cas de coopération d'affaires le plus courant dans notre échantillon.

Le troisième cas de coopération d'affaires est celui de Franck qui envoie deux camions évalués à \$250,000 dollars canadiens en Haïti, gérés par des cousins. Mais la coopération paraît difficile. Ces derniers ne rendent pas compte et l'entrepreneur Franck n'en exige non plus pour éviter des problèmes familiaux, retrace-t-il :

« Mon cher, j'ai perdu beaucoup d'argent dans le transport en Haïti. Actuellement, j'ai deux camions en panne en Haïti. Je ne veux pas envoyer 5 sous pour les réparer parce que quand ils travaillent, je ne vois pas l'argent. Tu viens de chez nous, tu comprends les choses ! Quand on a un bien entre les mains de quelqu'un en Haïti, il prie Dieu pour savoir quand tu vas mourir. Là où tu es il vous demande la mort. Ça m'agace. Crois-moi si tu veux. Je vais en Haïti chaque deux ans, pas une fois j'ai demandé des comptes. Et aucun compte n'a jamais donné. Est-ce que tu comprends ».

Ainsi il décide d'en finir tacitement avec le processus. Néanmoins, il envisagerait de créer une filiale de son entreprise en Haïti si deux conditions se trouvaient réunies. Si l'on parvient à doter Port-au-Prince d'infrastructures appropriées qui facilitent le taxi organisé et s'il trouve des partenaires de confiance.

La confiance en affaires n'est pas révélée, d'après nos entretiens, comme une propriété inhérente à la famille<sup>46</sup>. L'étude des réseaux sociaux et familiaux haïtiens

---

<sup>46</sup> Contrairement à ce que décrivent Sanders et Nee (1996), voir notre cadre théorique.

montre comment la notion de confiance est biaisée. Alors que le crédit sur parole qui incarne la confiance est institutionnalisé, la confiance nécessaire à l'investissement collectif, à la mise en commun des ressources ou à la coopération en affaires fait souvent défaut. On a vu au chapitre IV que certains entrepreneurs ont reçu une part importante<sup>47</sup> de leur capital de départ en crédit sur parole octroyé par des amis. Voilà que Franck remet la gestion d'une entreprise qu'il évalue à \$CA 250 000 à des cousins sans aucune autre balise que les liens familiaux. Et de plus, il n'ose pas exiger que ces derniers lui rendent des comptes. Autrement dit, l'emprise des liens forts est telle qu'il aurait préféré perdre son capital à casser certains liens familiaux.

Un proverbe haïtien se rapportant à l'éthique familial enseigne que « les linges sales se lavent en famille ». Autrement dit, les problèmes familiaux se discutent entre les membres de la famille. Cela dit, s'il faut être membre de la famille pour prendre part aux discussions la concernant, la famille est censée protéger contre l'intrusion d'autrui quel qu'il soit. Il en dérive que le principe de la réputation qui consiste à exclure le fraudeur du groupe en salissant sa réputation se répand socialement à toute la famille dans la mesure où la mauvaise réputation d'un membre est attribuable à tous les autres. D'où l'expression créole « gate ras » (gâteau de race). Un « gate ras » est celui dont les actes entraînent des répercussions négatives pour les autres ou « salit l'image de toute la race » (la famille). Si la mauvaise réputation d'un membre se répand sur tous les autres, un membre de la famille n'a aucun intérêt social à être celui par qui le scandale arrive, c'est-à-dire l'auteur de l'exclusion du fraudeur si la honte sociale qui s'en suivra sera pour toute la famille. Peut-on dire alors que dans le cas des liens sociaux forts au premier degré (la famille), la mauvaise réputation ne se joue pas contre les fraudeurs parce qu'elle est avant tout d'ordre collectif ? Dans ce cas, la non coopération d'affaires tendant à valoriser l'entreprise individuelle devient-elle la règle de contournement des handicaps liés aux liens sociaux très forts ?

---

<sup>47</sup> Le total du crédit sur parole reçu par ces entrepreneurs atteint 15% du capital de départ dans la plupart des cas.



#### **5.4. Caractéristiques transnationales des entreprises échantillonnées**

Les entreprises transnationales sont celles qui, d'une manière ou d'une autre, importent des produits en provenance d'Haïti ou vice-versa, y négocient des contrats ou ont une filiale quelconque là-bas. Seulement cinq entreprises sur treize ont une caractéristique transnationale. Parmi les cinq entreprises qui présentent l'une ou l'autre de ces caractéristiques, il y en a une dans le transport; une qui passe du secteur financier à celui des loisirs ; une firme d'information et de consultation technique ; deux dans le secteur d'alimentation (vente de détails et restauration). Nacius est un des entrepreneurs transnationaux. Il répond à deux caractéristiques. Il importe des flux financiers et reçoit des groupes musicaux provenant d'Haïti. Il nous parle comme suit :

« Jusqu'en 2002, on avait quatre/ cinq entreprises. Il en reste juste une. On n'a pas pu les garder parce que c'est un peu lié avec le mouvement coopératif en Haïti. À ce moment, on n'avait pas suffisamment d'argent pour financer ces campagnes. La source d'argent qu'on avait s'est tarie. Les entreprises sont fermées l'une après l'autre. Un restaurant à Laval, un magasin de meubles de luxe, un magasin électronique, un autre magasin au centre ville et l'entreprise actuelle ».

La faillite des coopératives financières en Haïti survenue au cours de la deuxième moitié de l'année 2000 a entraîné celle des entreprises créées et alimentées par les flux provenant de ces coopératives. Ainsi, la somme d'un demi million de dollars investie par Nacius dans son entreprise actuelle n'est pas indépendante de ces flux financier transnationaux. Ce qui peut être considéré maintenant comme une caractéristique transnationale pour cette entreprise réside dans son rapport avec les groupes musicaux haïtiens. Bien que Nacius ne semble pas négocier directement avec ces orchestres haïtiens, son entreprise de loisirs offre un cadre exceptionnel à la performance de ces groupes à Montréal. Il précise les caractéristiques de cette entreprise :

« La capacité d'accueil, c'est à peu près 2000 personnes debout. Si c'est assis avec table, ça peut prendre maximum 730 personnes. Ça dépend du week-end, il y a des fois qu'on peut avoir 6 ou 7 sept activités. Il peut y avoir une soirée dansante, un souper à gauche, une communion, un mariage. Des fois, on peut avoir 4 ou 5 mariages. On peut faire la soirée dansante en haut au complet; deux mariages et une communion en bas.

Ben, les organisateurs invitent un orchestre et s'en chargent de la publicité. Les gens paient à l'entrée pour venir danser ».

C'est une entreprise-type de la catégorie d'entreprises de reproduction identitaires, qui donne des services culturels spécifiques à un groupe ethnique donné. La rentabilité de l'entreprise dépend en partie de sa connexion avec la patrie d'origine où d'une manière ou d'une autre elle mobilise des ressources telles que les groupes musicaux pour lesquelles il y a une demande sociale dans la collectivité diasporique.

À l'instar de Nacius, Mathurin est un autre entrepreneur transnational du groupe. Son entreprise présente également deux caractéristiques. En tant que bibliothécaire, Mathurin négocie des contrats à Port-au-Prince. La capitale haïtienne, voire le pays tout entier, n'a que quelques bibliothécaires ayant une maîtrise dans la science de l'information et de l'archivistique. Il expose sa logique des choses :

« À ma sortie de l'université, j'ai même créé une petite firme de gestion de l'information. J'avais de grands contrats en perspective que je gérais là, comme la création d'un réseau de bibliothèques pour Haïti, des contrats avec un organisme de coopération internationale. Mais comme il s'agit de grands contrats, si tu rates un contrat, mais bon ... J'ai dû me rentrer dans les rangs, travailler dans plusieurs bibliothèques pour avoir l'expérience de terrain et essayer de me frayer un chemin là-dans. Ensuite, j'ai travaillé un an en Haïti pour monter la bibliothèque d'un grand organe de l'État. Ce n'est pas que j'ai pas aimé ça mais il y eut plusieurs préjugés contre moi, un jeune qui se prend. Bon, je ne me prends pour rien. J'applique ce que j'applique. Il avait une certaine gérontocratie dans le domaine en Haïti. J'avais d'autres perspectives. J'avais une invitation à devenir bibliothécaire pour une université privée à Port-au-Prince. Mais, comme j'ai de jeunes enfants, je me suis dit : écoutez, vous n'avez plus d'expérience de terrain dans le domaine à Montréal, vous travaillez plutôt comme consultant en bibliothéconomie ».

En fait, l'expérience de travail en Haïti lui paraissait intéressante. Mais après avoir raté un gros contrat, Mathurin a appris la leçon. Comme on dit en haïtien, « Haïti est une terre glissée » ; une certaine « gérontocratie » régnait encore dans le domaine de la bibliothéconomie. Il a préféré jouer sur deux terrains, donc retourner à Montréal et rentrer en Haïti quand un contrat est fin prêt. Ainsi, il se définit comme un entrepreneur transnational.

En outre, son entreprise va exploiter une niche ethnique pour la distribution de films haïtiens. À ce titre, il importe des produits culturels haïtiens. Mathurin précise de quoi il s'agit :

« Je donne des services de gestion pour les PME, gestion financière, ressources humaines, gestion organisationnelle. Je fais la gestion de l'information, recherche de l'information. Je fais la veille informationnelle. Je donne des services en matière de gestion des documents. Il y a également un autre volet qui est purement, je dirais si je peux employer un anglicisme, « entertainment », où je vends des films haïtiens. Je vends de la musique. J'importe, je vends, je fais du management pour certains artistes, particulièrement les artistes « gospel » en français. Et puis, on finance également des spectacles de type business/ business. Si vous avez un bon produit, vous voulez faire un spectacle, vous n'avez pas d'argent, on vous finance business/ business et puis on voit le profit après. Pour le moment, c'est juste les artistes gospel, qui chantent la musique gospel en français. Par contre, on vend tout ce qui est film haïtien ; on négocie avec les producteurs; on est distributeur; on vend en gros les films haïtiens. Il y a certains artistes haïtiens qu'on distribue leurs produits. C'est ça ».

Comme il s'est investi dans le secteur des églises évangéliques dès son arrivée, il y trouve un marché pour développer le commerce des produits culturels et accompagner des artistes « gospel ». Par ces deux caractéristiques, la firme de Mathurin se positionne comme une entreprise transnationale.

Jacob et Roland sont deux répondants dans le secteur des marchés alimentaires et de restauration, une niche importante pour la reproduction des habitudes alimentaires. C'est le domaine du goût, le plus culturellement orienté tant au niveau de classe qu'au niveau ethnique. Au Québec, la présence haïtienne remonte à deux ou trois générations. Les demandes de consommation de produits alimentaires et culturels haïtiens sont supposées fortes. Que fait-on pour satisfaire ces demandes à Montréal ? Jacob est l'un des entrepreneurs de ce secteur. Il en parle :

« J'ai plusieurs produits haïtiens. Bien qu'ils ne viennent pas d'Haïti directement, ce sont des produits qu'on connaît même si on les appelle pas du même genre, par exemple, « lamvéritab » (arbre véritable), « Yanm » (igname), des produits qu'on fait en Jamaïque, Trinidad. Même s'ils ne viennent pas de là mais les clients se retrouvent là-dans. Des

produits venant d'Haïti, il y en a très peu parce qu'on en produit pas beaucoup suffisamment pour en exporter. De plus, il n'y pas de ligne continue d'approvisionnement en provenance d'Haïti sauf que le djondjon (le champignon) , peut-être, le pitimi (petit-mil) et autres. Je ne commande directement d'Haïti que très rarement. Comme je vous dis il n'y a pas grand-chose. Une cargaison d'igname (yanm), une fois par mois. À part ça, ce sont les gens qui voyagent. Ils nous ramènent de petites affaires, de petits produits».

Il y a des demandes qui semblent dépasser l'offre de produits en provenance d'Haïti. Ce pays agricole n'était pas en mesure d'assurer son autosuffisance alimentaire, il n'a pas de quoi satisfaire la demande extérieure, en particulier celle de la diaspora. Cela justifie le recours à des produits similaires venant d'autres pays tropicaux. De plus, il y a des problèmes d'ordre organisationnel qu'on a vus au chapitre précédent qui ne favorisent pas l'importation des produits haïtiens. De ce fait, quelques rares produits (l'igname, le petit-mil, le champignon, etc.) en provenance d'Haïti atteignent le marché montréalais, souligne Jacob. Les voyageurs ou commerçants ambulants ne sont pas moins une courroie importante d'approvisionnement des entreprises.

Roland est un entrepreneur du même secteur. Son approche de la question est similaire. Il met accent sur un autre facteur défavorable à l'exportation haïtienne: les exigences douanières.

« Il y a certains produits qui viennent d'Haïti mais on ne fait pas de commande vraiment. Il y a des gens qui font le va-et-vient et qui amènent des produits qu'on vend ici. Mais il n'y a pas beaucoup de produits qui viennent d'Haïti vraiment. Je ne sais pas pourquoi. Ça n'est pas facile. Mais les mangues sont des produits haïtiens. Les gens les consomment beaucoup. Il y a des compagnies qui les commandent. Moi, je ne commande pas en Haïti. C'est pas facile. Au niveau de la douane, les produits qui viennent des pays comme ça ne sont pas bienvenus assez souvent. Si l'on fait venir des produits, on prend le risque de perdre son argent ».

L'agriculture des pays riches comme le Canada, les États-Unis est souvent protégée contre l'invasion de produits agricoles étrangers. Les barrières douanières imposées aux petits pays agricoles peuvent décourager leur exportation. D'où la difficulté pour les entrepreneurs ethniques d'importer en provenance d'un pays d'origine comme

Haïti, a fait remarquer Roland. Le déficit peut être grand pour les petits importateurs faiblement organisés. Mais au-delà des caractéristiques de fermeture du marché des pays industrialisés à l'exportation en provenance des pays agricoles, Haïti présente un déficit de production qui lui crée des désavantages par rapport à d'autres pays pairs tels, par exemple, la Jamaïque, la République Dominicaine.

Roland développe également un volet de transfert d'argent dans son entreprise. Celle-ci a non seulement un accord avec des maisons de commerce en Haïti qui distribuent les transferts, elle a des représentants directs dans certaines villes du pays. A son instar, Franck n'a pas encore créé une filiale de sa compagnie de taxi en Haïti. Il développe plutôt une coopération d'affaires avec des cousins. En somme, les entreprises étudiées n'ont pas de grandes activités en Haïti. Elles ne sont pas définies d'emblée par des caractéristiques transnationales bien que certains entrepreneurs présentent un profil transnational.

### **6.5. Intention d'investissement et obstacles**

Dans notre étude, presque tous les répondants ont stigmatisé l'insécurité et l'instabilité politique comme obstacle, soit à investir en Haïti, soit à y aller comme destination touristique. Certains ont mis l'accent également sur la corruption. Mathurin dirige une firme qui a une présence là-bas. « Il connaît les rouages », dit-il. Il a des amis qui sont influents dans des centres de pouvoir. Mais il a choisi, cependant, de prendre sa distance pour ne pas se mêler à la corruption. Il espère que cela change :

« Si la situation économique s'y prête. Maintenant c'est le free-for-all, je n'investis pas en Haïti. Il n'y a pas de garantie, garantie politique, garantie économique. C'est la garantie que ton investissement va être supporté. Par exemple la gestion des banques en Haïti, c'est très serré. Pour avoir un prêt là-bas, ce n'est pas donné. Mais j'imagine que quand cela sera plus stable, économiquement et politiquement. Or dans tous les sens, tu peux te faire voler, les pots de vin, etc. Il faut avoir des créneaux sûrs pour passer. Les pots de vin rentrent dans l'économie aussi. Je n'ai pas le profil de l'opportuniste. Quel que soit dans le gouvernement actuel, j'ai des collègues qui sont bien placés, des collègues de classe ».

Si dans un contexte de crise, les détenteurs de monopoles peuvent s'enrichir facilement, ce contexte économique peut être défavorable aux petits investisseurs. L'inflation galopante, l'insécurité, la difficulté de trouver du crédit, pense-t-il, sont des facteurs perçus comme dissuasifs à l'investissement. Il en est de même de l'absence d'un cadre d'investissement qui oriente les entrepreneurs potentiels vers des créneaux sûrs qui est de nature politique. Presque tous les répondants conditionnent leur possible investissement en Haïti à un changement de la situation ou au rétablissement de la confiance.

Pour sa part, Franck voit non seulement les obstacles mais aussi les opportunités. Ses camarades de classe qui sont restés en Haïti et qui n'ont jamais migré ont mieux réussi que lui, pense-t-il. Toutefois, la magouille lui paraît être à la base de ce succès :

« Crois-moi si tu veux. Grosso modo, j'ai perdu environ 250,000 dollars en Haïti. J'avais pensé que j'ai perdu l'argent en Haïti et je l'aurais fait en Haïti. Mais pour cela, je l'aurais fait dans la magouille. Parce que j'arrive en Haïti, mes anciens amis d'enfance ne sont plus mes camarades. Ici là, nous ne sommes pas camarades. Ils me devancent de loin. Ce sont des gens qui sont restés en Haïti et qui ne voyagent pas. Moi je ne dis pas que je n'investirai pas en Haïti. S'il y a route. Toutes les routes sont bétonnées, asphaltées. Ce serait mon rêve de monter une compagnie comme ça en Haïti. Ces camions que j'utilise ici seront hors service après dix ans. Mais après dix ans, je pourrais les envoyer Saint-Domingue pour ouvrir quelque chose. Pourquoi, je ne peux pas le faire chez moi. Parce qu'il n'y a pas de structure. Je pourrais ouvrir la compagnie à Saint-Domingue. Les Envoyer à quelqu'un qui les font travailler. Quand je rentre, il me donnera des choses. Parce que les laisser ici, ils vont s'écraser. Dans les pays tropicaux, ils vont servir ».

Franck possède une compagnie de taxi. Il semble avoir réussi au Québec. Il en est fier d'ailleurs. Le seul fait de posséder la compagnie marque sinon la réussite, la fierté. Pourtant, lorsqu'il se compare avec ses amis d'enfance haïtiens qui n'ont jamais quitté Haïti, il a le sentiment d'être complètement devancé. Il a intérêt à investir en Haïti. Mais son principal obstacle est la carence d'infrastructure. La république Dominicaine lui paraît être plus propice.

Pour Mathurin, il est très lié à Haïti qu'il a laissée depuis l'âge de 19 ans. Alors qu'il ne voyage en Haïti que pour des contrats, il espère que la situation soit devenue stable et plus clémentine pour s'investir et s'impliquer davantage dans sa première patrie.

« Je compte voyager pour des projets que j'ai avec une université et d'autres clients. Mais il faut que tout soit planifié, tout soit clair depuis le Canada. Mais avant ça, je ne vais pas. J'investirai si la situation économique s'y prête ».

Zabulon participe à une « association régionale des Artibonitiens du Québec » qui mène des activités de développement dans une localité de ce département. Zabulon a aussi le désir de construire une maison en Haïti. Pourtant, il ne pense pas à y aller investir parce que, dit-il, d'une part, c'est trop risqué et, d'autre part, il ne croit pas à rencontrer des partenaires de confiance.

Pour sa part, Marius qui dirige une firme dans le secteur de transport organisé pense à investir en Haïti si les conditions sont réunies. Le capital dépendra du domaine, des conditions de crédit et des partenaires en question.

Par ailleurs, non seulement qu'Haïti ne profite pas de la diaspora comme marché d'écoulement de la production nationale et ne réussit pas jusqu'ici à drainer des flux d'investissements venant de la diaspora, elle exporte des flux financiers, nous l'avons vu précédemment avec le cas de Nacius, qui pourraient être servi à l'investissement productif au niveau national. En est-il un cas isolé lié à la question des coopératives financières jusqu'en 2002 ou une tendance qui fait en sorte que c'est Haïti qui finance en partie la création d'entreprise en diaspora plutôt que l'inverse?

L'investissement étranger en Haïti provenant de la diaspora de Montréal est très incertain à court et à moyen terme bien que dix (10) répondants sur treize en expriment certaines velléités. Toutefois, dans une économie quasiment informelle comme celle d'Haïti (plus de 92%), l'effet des transferts sur la création d'initiatives économiques génératrices de revenu est sans doute important mais peu connu. Les

transferts peuvent renflouer les comptes de commerces mêmes ambulants, commerce de rue ou des micro-entreprises ou contribuer à lancer de nouvelles initiatives. La débrouillardise de ce peuple ne manque pas.

En somme, plusieurs facteurs expliqueraient que les entrepreneurs haïtiens de la diaspora n'investissent pas en Haïti : l'insécurité, l'instabilité politique et l'état permanent de la crise économique, la corruption et le manque d'infrastructure. Notons que ces facteurs peuvent non seulement décourager les investisseurs extérieurs, ils pèsent aussi sur les investissements internes et constituent des *Push factors*, c'est-à-dire ils alimentent à la fois la fuite des capitaux internes et des ressources humaines.

### **5. 6. Tourisme ethnique ou mouvement de retour**

Le tourisme fait partie intégrante de la stratégie de développement de nombreux pays. Bien que certains pays ne réussissent pas à figurer parmi les principales destinations touristiques, les touristes qu'ils reçoivent semblent avoir des motivations particulières pour les visiter, des liens ancestraux et patriotiques. Ce tourisme ethnique joue un rôle positif dans le développement économique des pays d'émigration et pourra avoir un impact plus grand au cours du XXI<sup>e</sup> siècle dans l'hypothèse du maintien des tendances migratoires et touristiques actuelles (BID, 2004; Butler, 2003 : 323; Nurse, 2002). La république Dominicaine en est un exemple (BID, 2004; Nurse, 2002). Alors qu'Haïti partage une île avec la République Dominicaine qui connaît une situation touristique très enviable, celle d'Haïti est bien différente bien qu'elle ait une forte potentialité touristique<sup>48</sup>. Notre étude a exploré la tendance des entrepreneurs haïtiens de Montréal à voyager pour des vacances en Haïti.

Neuf répondants sur treize n'ont pas voyagé en Haïti durant les deux dernières années tout au moins. Dans la même proportion, ils se sont considérés très liés au pays

---

<sup>48</sup> Voir Quesnel, Durosier (18 et 23 Juin 2003). « Haïti accueille la réunion régionale sur le patrimoine mondial » citant des sources de l'UNESCO in L'UNION, Port-au-Prince, No. 1065 et 1067. Haïti a un site classé patrimoine culturel mondial, La citadelle la Ferrière, et plusieurs centaines d'autres sites dont certains pourraient être proposés dans la liste des patrimoines culturels de l'humanité



d'origine. Boulla, par exemple, a son cordon ombilical encore lié avec Haïti qu'elle a laissée depuis 30 ans à l'âge de 13 ans. Selon elle, c'est le lieu idéal pour passer ses vacances. Pourtant, elle n'y va pas depuis huit ans parce qu'elle a peur de l'insécurité et parce qu'elle n'a pas d'obligation (parents). Le dernier voyage était motivé par la maladie de son père qui décéda par la suite.

« Ben, oui. Parce que je vais en vacances ailleurs. Maintenant là, je pars. Je vais au Panama. Ce serait bien en Haïti mais il n'y a pas de sécurité. Je vais en vacances, je ne vais pas pouvoir sortir. En Haïti, c'est le numéro 1 d'aller en vacances, on est reposé là-bas. On est bien là-bas. On mange bien. On est bien ! J'attends que le pays soit calme. J'attends que ce soit très bien. C'est tout un pays qu'on a là. M ! C'est tout un pays, la température tout ça. Même si moi, je vais ailleurs. C'est pas pareil. C'est quel pays qu'on a là ! Quand j'habitais New York, j'étais allée en vacances en Haïti. En retour, j'ai pleuré. C'est quel pays ! C'est un Paradis sur terre ! Paradis sur terre ! ».

Si la situation change, Madame Boulla pense pouvoir retourner pour passer ses vieux jours. Il n'y a pas qu'elle. Huit répondants sur treize déclarent ne pas voyager souvent en Haïti. Le décès des parents rentre souvent en cause. Ils ne trouvent pas d'encouragement, disent-ils. Mais la première cause demeure la situation d'instabilité politique et d'insécurité.

Pour Marlène qui appartient à la deuxième génération, elle se définit comme touriste par rapport à Haïti. Elle nous parle de ces relations :

Avez-vous de proches parents en Haïti ?

« J'en ai. Avec Haïti, je suis touriste. Avec un bon plaisir, j'y vais. Quand j'y vais, je vais voir ma famille. Je mange bien. Je vais partout, je reste un touriste. Je vais quand la situation politique le permet. La dernière fois, c'était en 1999. Je n'y vais pas souvent. (...) Quand je vais en vacances, c'est pour m'amuser. Si je suis bloquée, je ne peux pas faire ci, je ne peux pas faire ça, je n'y vais pas ».

La diaspora reste-t-elle une mine inexploitée pour Haïti ? En effet, neuf entrepreneurs sur treize déclarent qu'ils voyagent en Haïti. Toutefois, les voyages sont très distancés. Bien que la plupart expriment une certaine préférence à aller en vacances en Haïti, ils vont plus souvent ailleurs. Alors que la présence des parents joue comme facteur incitatif, l'insécurité et l'instabilité politique sont des facteurs décourageants.

Bien qu'il faille relativiser nos données par rapport à la petite taille de notre échantillon, elles suggèrent qu'Haïti a un potentiel du tourisme ethnique inexploité.

### **5. 7. Conclusion**

Ce chapitre a discuté des pratiques et formes de solidarité sociales encadrées dans les rapports de parenté qui fondent les échanges entre les immigrants haïtiens et leurs parents en Haïti et a décrit les caractéristiques transnationales des entreprises échantillonnées. Les données analysées indiquent que les échanges économiques dans les relations de parenté dépendent de la force des liens familiaux. Les immigrants interagissent différemment avec les membres du noyau familial et avec les collatéraux. Lorsqu'il s'agit de très proches parents (parents, frères et sœurs), ils semblent considérer leur investissement dans l'unité familiale comme un devoir, une responsabilité morale. Dans les autres cas, l'investissement est considéré plutôt comme une simple aide fournie selon les moments. Ainsi l'existence de membres du noyau familial en Haïti paraît être un catalyseur des relations d'attaches manifestes avec le pays. En tout, seulement sept (7) répondants sur treize déclarent envoyer des transferts. Alors que les répondants de la deuxième génération n'approuvent pas cette pratique, parmi les immigrants de la première génération, plus ils ont un statut social élevé moins, semble-t-il, ils envoient des transferts régulièrement. Cela peut-il être expliqué par les conditions sociales moins nécessiteuses de leur famille rapprochée ?

Cinq entreprises sur treize présentent certaines caractéristiques transnationales. Il s'agit d'une part d'entreprises qui offrent des produits culturels et d'autres qui importent quelques produits agricoles. Il semble avoir un très faible rapport import-export entre les entreprises haïtiennes échantillonnées et l'économie du pays d'origine. En général, les produits consommés dans le marché haïtien de Montréal proviennent d'autres pays de la Caraïbe et de l'Amérique Latine. Les entrepreneurs expliquent leur choix par la sous-production haïtienne et les difficultés douanières liées à la protection du marché canadien. De plus, la quasi-totalité des entrepreneurs n'investissent pas en Haïti. Bien que dix répondants sur treize expriment leur désir d'y investir dans le futur, ils conditionnent ceci à la stabilité politique et à

l'amélioration des conditions de sécurité en Haïti, d'une part, et à la consolidation de leur entreprise à Montréal, d'autre part.

En ce qui concerne le tourisme ethnique, les répondants déclarent voyager le plus souvent ailleurs pour les mêmes raisons que les précédentes. Neuf sur treize qui ont l'habitude de visiter Haïti ne le font pas régulièrement, parfois après cinq ans. Le nombre de ceux qui l'ont visité durant ces dernières années a chuté considérablement bien que quelques-uns déclarent leur préférence à y aller passer les vacances. Cela sous-tend qu'Haïti a un certain potentiel de tourisme ethnique inexploité. Certaines études sur le tourisme ethnique dont Butler (2003)<sup>49</sup> soutiennent la potentialité du tourisme ethnique pour le Liban. Selon lui, l'attachement social et culturel au pays, les liens de parenté et d'amitié étaient parmi les principales motivations du choix des touristes qui visitent le Liban. Haïti n'est la moindre. Mais elle ne pourra exploiter efficacement sa potentialité touristique et créer le raccordement avec sa population diasporique tant que l'insécurité et l'instabilité politique ne sont pas maîtrisées ou contrôlées.

Notre étude révèle également que la coopération familiale en matière d'affaires est timide (trois répondants sur treize). En dépit du fait qu'il y ait une solidarité certaine au niveau de la prise en charge de certains problèmes familiaux par des flux de transferts de revenu migratoire. C'est aussi le cas de ceux qui parrainent l'immigration de leurs proches. Deux immigrants non qualifiés ont parrainé environ une trentaine de membres de leurs familles et ont financé toutes les dépenses se rattachant à cette migration. L'objectif serait non seulement de donner une chance égale à des proches mais aussi de partager avec d'autres la charge du soutien familial. Ainsi, si la solidarité familiale peut sous-tendre une logique « de promotion sociale ou d'évitement de déclassement économique et social » (IHSI, 2001 : 43), la coopération d'affaires et le parrainage sont deux pratiques qui concourent au prestige familial et à la mobilité sociale. Pourquoi la coopération d'affaires transnationale est-

---

<sup>49</sup> BUTLER, Richard (2003). "Relationships between Tourism and Diaspora: Influences and Patterns" *Space populations societies Tourism and Populations dynamic*, No. 2, p. 320

elle la moins fréquente ? La réponse est à rechercher dans la perception sociale haïtienne de l'émigration, les conditions d'instabilité politique et économique et d'insécurité en Haïti et dans la propriété des liens sociaux forts au premier degré (la famille).

Cependant, la coopération d'affaires est moins fréquente et présente des difficultés. Ces difficultés pour les membres de la famille de coopérer en affaires et de poursuivre des objectifs communs s'observent en dépit du fait que la plupart des immigrants envoient régulièrement des transferts et parrainent l'émigration de leurs proches. Peut-on l'attribuer au manque de confiance ou à la nature des liens forts ? Dans un article sur le capital social et gouvernance en Haïti, White et Smucker (1998 :1) soutiennent « l'existence d'un déficit de confiance ou de capital social qui résulte d'une longue histoire d'oppression externe et interne et d'un système de gouvernance marqué par de gros déficits de capital social (réseaux de normes et de confiance qui facilitent la coopération au bénéfice mutuel) ». Le manque de confiance n'est pas observé chez l'entrepreneur qui remet la gestion des biens valant \$Ca 250 000 à des proches sans aucune forme de contrat. Si comme l'affirment Sanders et Nee (1996), la confiance en affaires est un des principaux apports de la famille, cet attribut est dans ce cas biaisé. Au regard de la théorie des liens forts comme préalable à la coopération économique (Tarrius, 2001), il semble que les liens familiaux forts présentent des difficultés dans la mesure où la réputation qui joue généralement comme moyen de sanction pour exclure les fraudeurs ne s'applique pas dans le cas de la famille haïtienne. La confiance ne doit pas exclure d'autres modalités de coopération comme le contrat.

Dans l'ensemble, la création d'entreprises haïtiennes à Montréal ne semble pas aider à la création d'entreprises en Haïti. Par contre, il est quasiment impossible d'être affirmatif pour ce qui concerne le rapport entre le transfert du revenu migratoire et la création de « small business » informelle en Haïti compte tenu que la cloison entre la consommation et les commerces mêmes de rue n'est pas étanche dans une économie quasiment informelle.



## Conclusion générale

Arrivé au terme de cette étude, une certaine récapitulation s'avère nécessaire pour faire le point sur les résultats. Dans la littérature, la légitimation du travail autonome et son corollaire, l'entrepreneurship immigrant, est étroitement liée à la crise de restructuration du marché du travail survenu dans les années 1970 et 1980 dans les pays industrialisés contemporains. Au-delà des divergences d'école, il y a un certain consensus autour de la conceptualisation de l'entrepreneurship immigrant vu en finalité comme un produit du capital social et des réseaux sociaux résidant dans la structure des communautés immigrées. Toutefois, les auteurs se divisent principalement quant au rôle déterminant des facteurs tels que les discriminations sociales et raciales, les ressources de classe versus ethniques ou la solidarité ethnique pour expliquer les disparités entre les groupes. En ce qui concerne l'entrepreneuriat haïtien, la littérature révèle que les Haïtiens de Montréal sont confrontés à des discriminations diverses dans le logement et sur le marché du travail. Contrairement aux immigrants investisseurs, les Haïtiens sont généralement des migrants économiques. De plus, les arrivants d'après 1970 sont fort souvent reconnus comme étant peu qualifiés. Quant à la solidarité ethnique, la littérature de l'immigration haïtienne est plutôt muette. Cette recherche exploratoire a cherché à comprendre la logique structurant l'entrepreneuriat haïtien. Elle tourne autour de quatre questions suivantes. Comment se reproduisent et se développent les réseaux sociaux haïtiens de solidarité à Montréal? Y a-t-il des réseaux de travail autonome qui insèrent les nouveaux immigrants haïtiens? Quel est le profil des Haïtiens qui se lancent dans l'entreprise ethnique? Quels sont les réseaux sociaux qui sont mobilisés à cette fin par les entrepreneurs immigrants haïtiens à Montréal?

Abondant dans le sens de la théorie du champ de Bourdieu (2001) en tant qu'espace des points de vue conflictuels et contradictoires dont le principe de structuration révèle la propriété du champ, nous avons opté pour combiner ces trois approches explicatives citées ci-dessus dans la perspective généralisante du transnationalisme

immigrant. L'approche combinatoire a l'avantage de permettre de tester chacune des explications tout en observant a priori une distance à l'égard de chacune d'elles. Les variables discriminations, ressources et solidarité sont au cœur de notre conceptualisation du problème. À savoir, dans un milieu social relativement hostile à une minorité dite visible, le développement entrepreneurial suit un processus d'intégration différencié d'autant plus fort lorsqu'il s'articule autour des structures médiatrices identitaires plus solidaires. Cette hypothèse théorique permet de rendre compte à la fois des discriminations (milieu social hostile), la solidarité (structures médiatrices identitaires) en fonction de la fin qui est poursuivie (acquisition des ressources) tant celles qui sont ancrées dans le groupe (ressources sociales) que celles qui sont propres à la société globale (ressources externes). Néanmoins, les résultats de notre recherche doivent être interprétés avec prudence, c'est-à-dire ils ne peuvent être trop généralisés compte tenu de la nature exploratoire de la recherche, de la petite taille de notre échantillon, quinze entreprises incluant deux informateurs clés interviewés et de l'échantillonnage théorique. Rappelons qu'en guise de démarche suivie, nous avons opté pour la méthode d'entretiens semi-directifs. Notre échantillon compte treize entreprises réparties dans quatre catégories-types selon une typologie d'entreprises ethniques que nous avons adaptée à la réalité économique haïtienne de Montréal et suivant les critères de la représentativité des cas. Comme méthode d'analyse de données, nous avons procédé par la théorisation ancrée et l'analyse de contenu pour les documents spécialisés.

Comme le suggère la méthode d'analyse privilégiée dans cette étude, la théorisation ancrée, le chercheur s'est proposé de formuler, au terme de cette étude, des hypothèses explicatives plutôt que de tester quelques unes. Les objectifs de cette étude visent à établir la portée des réseaux dans l'insertion de nouveaux immigrants et à faire ressortir le type de réseaux mobilisés aux fins de création et de succès d'entreprises. En outre, ils visent à relever les caractéristiques transnationales de cette économie de diaspora pour dégager l'apport possible de cette diaspora au développement économique d'Haïti. Comme nous l'avons vu, par l'entremise de l'entrepreneuriat ethnique, les immigrants et les descendants des immigrants se

positionnent dans les rapports sociaux ethniques de domination et de conflit. Ils luttent pour l'accès aux ressources et le contrôle de ces ressources. Le potentiel d'action collective d'un groupe qui dépend de son seuil de solidarité ethnique et de la dynamique des structures médiatrices identitaires détermine le niveau de développement entrepreneurial attendu pour le groupe.

En effet, l'analyse de la trajectoire d'insertion des cas étudiés confirme que les travailleurs qualifiés haïtiens arrivés après 1970 ont subi un processus de déqualification. Les déqualifiés ont recouru à un processus de requalification sociale. En moyenne, il faut dix ans aux répondants déqualifiés pour remonter la pente, c'est-à-dire regagner le statut social de professionnel attiré qu'ils avaient à l'arrivée ou au départ du pays d'origine. Malgré tout, la possession d'un diplôme québécois ou canadien ne donne pas accès automatiquement à un processus de mobilité sociale. Accepter des sous-emplois reste une condition de survie et un procédé courant pour cheminer sur le marché du travail. C'est la rencontre de ces conditions avec la conjoncture de récession économique des années 1980 au Québec qui ont poussé des Haïtiens à se lancer en affaires.

Dans l'ensemble, le temps modal pour passer du statut de travailleur migrant à celui d'entrepreneur est de dix ans. Les entreprises créées sont en majorité des entreprises individuelles avec un capital de départ inférieur à \$Ca 30 000 pour la plupart. Seulement 4 entreprises sur 13 sont incorporées, mais une entreprise incorporée sur deux a démarré avec un capital de \$Ca 200 000 et plus. Six entreprises échantillonnées sur treize ont une clientèle à dominante autre qu'haïtienne. Le nombre d'employés non-haïtiens en valeur absolue est assez élevé bien que le taux de chômage dans la communauté haïtienne soit le plus élevé de tous les groupes immigrants. Cette tendance est observée dans les moyennes entreprises desservant une clientèle à dominante non haïtienne. À l'opposé, les entreprises desservant une clientèle à dominante haïtienne ou exclusivement haïtienne embauchent quasi-exclusivement des Haïtiens. Ainsi la propension à embaucher des non-Haïtiens, en



particulier de race blanche, paraît être une stratégie d'efficacité commerciale pour faire face au racisme. Des employeurs Haïtiens cherchent explicitement à embaucher des « blancs » ou à créer des entreprises en apparence multiethniques pour augmenter leur part de marché. Bien qu'il soit un moyen de contournement des discriminations sociales sur le marché du travail, l'entrepreneuriat haïtien à Montréal n'est pas moins structuré par ces discriminations.

L'étude a révélé également que très peu d'entrepreneurs haïtiens ont accès au crédit. Aucune entreprise de notre échantillon n'a bénéficié d'une subvention publique. L'étude CDEC Centre Nord (2001) a trouvé le même résultat. Cela peut sous-tendre que les entreprises étudiées n'arrivent pas jusqu'ici à mobiliser des ressources externes au groupe haïtien et traduit une tendance au « self-help », un faible rapport au politique, un faible potentiel organisationnel et un niveau d'exclusion de la communauté haïtienne. L'approche par la marginalisation décrit le non accès au crédit comme un traitement discriminatoire. Car l'intégration suppose non seulement un niveau d'accès élevé aux ressources publiques mais aussi un niveau de contrôle ou d'influence sur les institutions sociales dans lesquelles les règles qui gouvernent les pratiques discriminatoires sont négociées. Le non accès au crédit pour un groupe économiquement faible et confronté à des problèmes des plus critiques tels qu'un taux de chômage quasi-doublement plus élevé que la moyenne traduit un double malaise : malaise de la communauté à formuler des demandes sociales sous forme d'action collective et malaise de la société à réduire les inégalités sociales liées à l'ethnicité.

Au départ, les entrepreneurs considérés inscrivent leur action dans un ancrage tout à fait individuel et familial. Ils ont poursuivi des fins de profit et de mobilité sociale. Pris individuellement, la quasi-totalité des répondants se disent satisfaits de leur parcours et de la pierre qu'ils ont posée dans le domaine de l'entrepreneuriat haïtien. Le passage à leur propre compte a considérablement amélioré leur situation économique. On peut aisément conclure que l'entrepreneuriat conduit à une certaine mobilité sociale des entrepreneurs. Mais au-delà des logiques individuelles et de

marché qui le caractérisent, l'entrepreneuriat haïtien parvient à épouser des visées communautaires. Selon notre matériel, les répondants s'engagent non seulement dans une lutte de place (l'intégration économique, visibilité sociale, se faire accepter) mais aussi dans une perspective de luttas pour la domination et l'appropriation d'une mémoire collective, c'est-à-dire l'histoire sociale et d'insertion des Haïtiens au Québec qui structurent en dernière instance leur action. Ainsi sur le plan collectif, ils sont généralement insatisfaits. Leur discours révèle un sentiment de culpabilité collective et de honte sociale qui réfère à la préoccupante situation de marginalisation des jeunes. Ce discours fait aussi écho à une perception de non reconnaissance de l'apport des Haïtiens à la société québécoise et de constitution d'une strate sociale inférieure. Les frustrations qui en découlent ne donnent pas lieu, pourtant, à des actions collectives. Elles s'accompagnent souvent d'une logique de responsabilité communautaire qui met accent sur les manques – le manque de solidarité et manque d'entreprises visibles et prospères qui renvoient une autre image d'un « nous haïtien » à la société québécoise. Ce sentiment résulte, selon notre matériel, de la propension de la société d'accueil à exiger des minorités toujours plus d'efforts d'intégration tout en maintenant des barrières à cette intégration.

L'étude a aussi révélé une certaine reproduction des pratiques traditionnelles de solidarités haïtiennes et l'utilisation des réseaux sociaux pour la création d'entreprises et le succès en affaires. Parmi les institutions sociales de crédit les plus courantes en Haïti, le prêt sur parole est celle qui semble se reproduire à Montréal tandis que le « sangue ou sol » n'a pas été observé. Quant aux réseaux sociaux, le recours aux réseaux familiaux est plus courant. Dix entrepreneurs sur treize embauchent des membres de la famille. Dans cinq cas sur treize les amis sont à la base du passage à l'entrepreneuriat. Quatre entrepreneurs sur treize ont reçu des prêts sur parole de la part des amis. Les entrepreneurs ont utilisé les réseaux ethniques au sens large. Certains ont investi dans les radios communautaires, dans les églises pour se faire un capital social avant de se lancer en affaires. D'autres ont utilisé les réseaux ethniques pour la publicité de bouche à oreille. Quant aux réseaux médiateurs, ils sont quasiment inexistantes. Pourtant, la seule association d'entrepreneurs identifiée y

joue un rôle non négligeable. La carence de telles associations semble expliquer pour beaucoup le faible potentiel d'action collective chez les entrepreneurs étudiés et une perception dominante que les Haïtiens ne sont pas solidaires.

En effet, 10 entrepreneurs sur treize pensent que la communauté n'est pas solidaire. Les trois ayant un avis contraire fondent leur opinion sur le fait que leur entreprise repose essentiellement sur une clientèle haïtienne. Néanmoins, c'est un niveau très minimal de la solidarité car ils pensent que les dépenses des consommateurs haïtiens ne sont pas assez concentrées dans le marché haïtien. Autrement dit, l'appui qu'ils ont reçu jusqu'à date n'est pas suffisant pour permettre le passage à de plus grandes entreprises. Ils trouvent que les Haïtiens dépensent trop chez d'autres communautés culturelles (chinoise et italienne) qui ne rendent pas pourtant la réciprocité. Ils soutiennent également que la communauté est divisée.

Par ailleurs, la quasi-totalité des répondants repose leur stratégie d'affaires sur la solidarité communautaire. Deux courants les divisent. Pour le premier, les consommateurs doivent consentir des sacrifices pour consommer chez les Haïtiens. Cela permettra d'acquérir le capital financier et l'expertise sociale nécessaires pour donner des services de qualité. Cette position contraste avec les intérêts immédiats des consommateurs car lorsque les entrepreneurs réagissent comme consommateurs, ils éprouvent un besoin de services de qualité et de places haïtiennes ayant une plus grande visibilité sociale. Pour le second, par contre, les services de qualités précèdent le sentiment d'haïtiannité (solidarité). Selon ce courant, les entrepreneurs doivent dégager les moyens de leurs buts pour ramener la confiance et fidéliser la clientèle haïtienne. La solidarité entre les entrepreneurs visant à mettre en commun leurs ressources pour donner de meilleure qualité et à meilleur prix est la stratégie privilégiée. Cette approche est novatrice dans le sens qu'elle cherche à déculpabiliser les consommateurs haïtiens. En somme, la nécessaire solidarité haïtienne apparaît à la fois comme une conséquence de manque de moyens financiers (le capital) et le moyen d'acquérir les moyens ou ressources (tant internes qu'externes). La production des services de qualité étant liée aux moyens dont on dispose, l'enjeu de la solidarité

ethnique est alors double : mobiliser les ressources personnelles et sociales encastrées dans le groupe et produire des demandes sociales donnant accès aux ressources externes (crédit, subvention publique).

Le matériel analysé montre que les Haïtiens ont de grandes difficultés à se coopérer pour, d'une part, mobiliser les ressources sociales encastrées dans la communauté et, d'autre part, agir collectivement en vue de se constituer en groupes d'intérêts et de défendre des intérêts collectifs. Ces difficultés sont caractérisées par des échecs organisationnels répétés, par la méfiance traduisant un faible niveau de coopération d'affaires et par la trop grande homogénéité des réseaux utilisés (réseaux familiaux, d'amis et ethniques) qui s'assimile un faible capital social. Les réseaux médiateurs identitaires sont par nature porteurs d'un niveau élevé de capital puisqu'ils sont socialement plus hétérogènes (groupe d'âge, position sociale, capital humain, etc.). Il appert que ces réseaux médiateurs puissent jouer un rôle fondamental non seulement dans la mobilisation des ressources sociales incarnées dans le groupe mais aussi dans l'appropriation des ressources émanant des décisions publiques de sorte que leur rareté crée un vide pour agir de manière synergique dans un ensemble social. Dans quelle mesure le faible développement entrepreneurial haïtien à Montréal est-elle attribuable à leur rareté? L'analyse de trois cas considérés soutient cette hypothèse. Dans le secteur de vente de détails, des produits alimentaires, on a tenté en vain de créer une association d'entrepreneurs qui n'a pas fait long feu, il y a de cela cinq ans. Trente entrepreneurs ayant des intérêts similaires n'ont pas pu s'entendre pour importer ensemble afin de pouvoir vendre à meilleur prix. Dans le secteur des voyages organisés, ils n'ont pas su se défendre ou négocier collectivement pendant qu'ils subissaient l'action de la multinationale « Greyhound ». Dans le secteur de Taxi, bien que les Haïtiens constituent un groupe majoritaire, ils n'exercent presque aucun contrôle institutionnel sur cette industrie. Deux tentatives de créer une coopérative de taxi ont échoué. Ce qui sous-tend que les entrepreneurs haïtiens de Montréal sont très peu organisés et faiblement solidaires. Parmi les entrepreneurs de notre échantillon, seulement quatre sur treize sont membres d'une association d'entrepreneurs. Ces indicateurs supportent notre hypothèse, à savoir, le degré de

développement entrepreneurial des immigrants dépend du dynamisme des structures médiatrices identitaires où se forme la solidarité ethnique.

Soulignons que la distanciation sociale entre une catégorie d'Haïtiens occupant une position sociale élevée et le reste de la communauté est au cœur de la problématique de la solidarité dans la communauté haïtienne. Cette distanciation découle du fait que cette minorité haïtienne a fait le choix d'intégration à la société québécoise plutôt qu'un choix d'implication dans la vie communautaire haïtienne. Toulouse et Brenner (1992 : 18-19) soulignent, à propos, que les professionnels haïtiens qui ont réussi investissent avec des non-Haïtiens et n'emploient pas d'Haïtiens. La plupart de nos répondants attribuent la situation haïtienne actuelle qu'ils qualifient « d'une situation qui fait pitié » au fait que ces professionnels haïtiens n'ont légué aucune institution sociale et économique à la deuxième vague d'immigration haïtienne et à la génération suivante. D'autres mettent en exergue le fait que les intellectuels et les professionnels haïtiens n'encadrent pas la communauté qui, comparativement à la communauté juive ou italienne, disent-ils, est en situation de laisser pour compte. La perception négative de la solidarité qui traverse le discours des répondants est donc consubstantielle à l'option « d'une communauté haïtienne tournée vers l'intégration » alors qu'elle est en proie à des discriminations sociales et raciales institutionnalisées. Car selon Bastenier et Dassetto (1993 : 172) qui reprend le concept de socialisation anticipative de Robert Merton, celle-ci n'est fonctionnelle que dans une structure qui fait place à la mobilité sociale effective pour un grand nombre. Autrement dit, lorsque l'assimilation idéologique ou culturelle, c'est-à-dire l'acceptation des valeurs dominantes ne s'accompagne pas des conditions matérielles nécessaires à l'intégration effective, elle ne peut que déboucher sur l'incohésion sociale d'un groupe donné ou le rejet de soi.

En ce qui concerne la portée transnationale, seulement cinq entreprises échantillonnées sur treize présentent quelques caractéristiques transnationales : vente de produits agricoles et culturels, exécution de contrats en Haïti, importation de flux financiers. On constate un très faible rapport import-export. Selon les répondants,

cela s'explique par la faiblesse de la production haïtienne et les difficultés douanières liées à la protection du marché canadien. À l'inverse, la tendance à investir en Haïti est quasiment nulle. Trois personnes développent une certaine coopération d'affaires avec des membres de leurs familles en Haïti. Il s'agit d'un rapport d'aide dans deux cas sur trois tandis que la coopération s'avère difficile dans l'autre. Contrairement à ce qui a été attendu, la création d'entreprises haïtiennes à Montréal ne semble pas aider à la création d'entreprises en Haïti. Ainsi la contribution possible de la diaspora au développement économique d'Haïti est sur ce point très incertaine.

En ce qui a trait au comportement solidaire du migrant avec ses proches parents, on a attendu que l'immigrant se porte non seulement à favoriser la chaîne d'émigration du réseau familial mais aussi à encourager une mobilité sur place qui produit un jeu de miroir, c'est-à-dire assure une présence et une représentation de l'immigrant réussi dans son milieu d'origine. Cette présence peut se faire à travers les transferts réguliers, la rénovation ou la construction de maison ou la création de micro-entreprises familiales, etc. La coopération en affaires et le parrainage de tiers sont alors considérés comme deux dimensions des solidarités familiales reliées à la mobilité sociale. Tandis que l'entraide et les transferts d'argent destinés à la consommation devaient assurer la survie familiale.

L'étude est plutôt amenée à une conclusion un peu inattendue. La logique des flux de transferts transnationaux est commandée par un niveau élevé d'affinités des relations de parenté. Dans le cas des liens familiaux forts au premier degré (parents, enfants, frères et sœurs), l'expéditeur a tendance à considérer son acte comme une responsabilité morale et personnelle, un devoir envers les bénéficiaires alors que, dans d'autres cas, il le considère comme une aide ou un don accordé quand le moment lui est favorable. La disparition des parents ou le départ des liens forts au premier degré modifie le comportement de l'expéditeur. Ainsi la coopération familiale en matière de création d'entreprises en Haïti paraît dévalorisée par rapport à la promotion migratoire de proches parents. Aussi bien que les flux de transferts destinés aux proches parents restés en Haïti, l'aide à l'émigration des proches est liée

à l'origine sociale des individus. Notre matériau indique que les immigrants issus de couches sociales populaires ou des familles nécessiteuses sont ceux qui envoient le plus d'argent et parrainent le plus grand nombre de membres de leur famille. Selon le matériau recueilli, chaque nouveau immigrant issu d'une famille diminue la charge de la solidarité familiale supportée par le premier. Ils partagent ensemble la responsabilité assurantielle envers la famille restée en Haïti. En outre, l'insécurité qui sévit en Haïti et la persistante crise économique et politique favorisent davantage la migration et découragent toute possibilité de coopération d'affaires avec le pays.

De plus, la question de la coopération d'affaires apparaît comme un problème central dans les difficultés interpersonnelles entre les Haïtiens étudiés. Qu'ils soient liés d'amitié ou de relations de parenté, ces Haïtiens se sont révélés peu coopératifs. Il y a une réticence soutenue à investir ensemble ou à la mise ensemble des ressources personnelles bien qu'à première vue les répondants l'admettent comme la meilleure option. Cela est-il consubstantiel aux liens sociaux forts qui, en raison de leur nature et de la tradition haïtienne, ne valorisent d'autres cadres de coopération que la confiance ? Pourtant, si la confiance suppose la prévisibilité d'un comportement attendu, les relations économiques entre les Haïtiens ne sont pas moins marquées par la prévisibilité négative ou la méfiance. La réputation qui est reconnue dans la littérature comme le moyen de régulation des échanges sociaux basés sur des liens sociaux forts ne semble pas jouer pour les Haïtiens étudiés. Pourquoi ? Il est risqué de répondre. Mais deux hypothèses peuvent être considérées pour une recherche ultérieure. Nous avons vu, au niveau de la famille qu'un membre n'a pas d'intérêt à scandaliser un autre si la répercussion (la mauvaise réputation d'un membre) affectera toute la famille en dernière instance. Il semblerait, en outre, que dans le contexte politique haïtien, les fraudeurs peuvent souvent recourir à des relations de pouvoir ou d'acointance politique pour se protéger en définitive. Ce qui peut contourner peut-être cette méfiance est sans doute la reconnaissance que la réputation et d'autres formes de contrat ne sont pas antinomiques, c'est-à-dire la « confiance identitaire ou interpersonnelle qui régule les échanges dans les réseaux sociaux et la

confiance cognitive ou institutionnelle qui joue dans les institutions formelles sont compatibles » (Harrison, 1999 :219; Estadès et De Looze, 1999 : 163).

En ce qui a trait à la portée socio-économique des transferts et d'autres types de liens socio-économiques de la diaspora avec Haïti, on peut l'apprécier tant au niveau micro que macroéconomique. Au niveau microéconomique, ils constituent une aide appréciable à la consommation de base. Elle constitue un investissement important dans le capital humain, une aide à l'autonomie et à « l'empowerment » pour certains proches. Dans le niveau macroéconomique, ils aident à réguler le déficit de la balance commerciale et sont indispensables à l'économie haïtienne qui, au moment du gel du financement international, frôle la banqueroute.

Il est moins vrai que les entreprises étudiées puissent potentiellement investir en Haïti. Bien que la grande majorité des répondants ait ce désir, il ne s'agit que de simples velléités qui dépendent à la fois de l'amélioration de la situation politique et économique en Haïti et souvent de la consolidation éventuelle de l'entreprise immigrante au Québec. En est-il de même pour les Haïtiens vivant aux États-Unis ? C'est l'objet d'une autre recherche. Il y a lieu d'investiguer également sur le potentiel de contribution de la diaspora haïtienne au Canada et aux États-Unis pour ce qui concerne la mise en place éventuelle des programmes de récupération des compétences ou des programmes de liaisons avec Haïti en matière de coopération technique et scientifique.

Alors, dans quelle mesure Haïti a-t-elle intérêt dans ses mouvements migratoires? Notre étude de cas n'a pas abouti à un diagnostic concluant dans la mesure où Haïti ne profite pas de certains avantages potentiels offerts par sa diaspora. Elle n'est pas en mesure de combler les demandes de produits de consommation culturellement orientés provenant de la diaspora qui aurait pu encourager la production nationale. Elle n'attire pas des flux de capitaux importants pouvant créer des emplois, ni des flux de touristes ethniques qui sont essentiels pour dynamiser l'industrie touristique nationale. Jusqu'à date, aucune dynamique de structuration et de développement d'un



champ scientifique haïtien n'a été conçue en vue d'établir la liaison avec les compétences expatriées et de faciliter leur participation à la (re)construction du pays. Toutefois, les flux de transferts d'argent provenant des immigrants sont assez importants pour inciter une politique. Haïti semble avoir un intérêt certain à promouvoir l'émigration de travailleurs haïtiens peu ou non qualifiés parce qu'ils participent à la lutte contre la pauvreté en Haïti sur plusieurs points. Ce sont eux qui envoient le plus d'argent en Haïti; ils ne subissent pas à l'arrivée les problèmes liés à la déqualification; suivant une logique de promotion sociale très vraisemblable, ils aident d'autres membres de la famille à émigrer. La situation d'Haïti, comparée à celle de la Suède au XIX<sup>e</sup> siècle, permet de prédire un rôle positif de cette émigration à la modernisation d'Haïti. Selon Galbraith (1980 : 138) dans sa *Théorie de la pauvreté de masse*, l'exode massif des Suédois vers les États-Unis fit basculer l'équilibre de la pauvreté dans les campagnes suédoises. Pourquoi alors Haïti ne peut-elle négocier des accords de travailleurs migrants avec des pays comme les États-Unis et le Canada qui ont un rôle dominant dans sa situation de crise et d'occupation actuelle légitimée par l'ONU ? Ce faisant, elle ne fera qu'assumer de manière consciente, à travers une politique migratoire explicite, un rôle qui lui est dévolu par la seconde division internationale du travail –fournisseur de main-d'œuvre (Gilles, 1991).

Enfin, il est à noter que notre étude n'est pas sans faille et présente des limitations dont nous sommes conscients et d'autres qui échappent à notre conscience. Ces faiblesses sont liées aux conditions mentionnées au début de cette conclusion, à la limitation de notre objet aux seuls entrepreneurs et à la nature même de l'étude (un mémoire de maîtrise). Même limitée aux seuls entrepreneurs, l'étude de la coopération socio-économique entre les Haïtiens est un objet d'étude fort intéressant qui pourrait être circonscrit aux secteurs de marchés alimentaires, du transport organisé et de l'industrie de taxi. Toutefois, la conceptualisation de l'entrepreneurship immigrant en terme de processus d'intégration différenciée et de luttes sociales interethniques pour l'appropriation des biens rares et le contrôle des ressources sociales en est un point fort. Il en est de même pour ce que notre typologie

des réseaux sociaux apporte au modèle de la solidarité ethnique en ce qu'il montre en quoi les réseaux médiateurs ont un rôle fondamental dans l'entrepreneurship immigrant. En outre, le cas haïtien est d'intérêt pour analyser la marginalisation dans la mesure où le groupe haïtien ayant opté pour l'intégration, n'a pas de difficulté linguistique particulière par rapport à la langue nationale du Québec sinon que celles qui sont liées à la population non qualifiée quelle que soit sa langue. En somme, notre contribution dans le cadre de cette étude consiste en une mise en forme d'un ensemble d'hypothèses à vérifier dans le cadre des études ultérieures.

## Bibliographie

- Abdulkarim, Amir (1996). La diaspora libanaise en France. Processus migratoire et économie, Paris/Montréal, L'Harmattan.
- Ade, Emmanuel et Jean-Pierre Guengant (1996) (dir.) : *Population et Développement en Haïti*, Symposium national pour le compte de la secrétairerie d'État à la population, Port-au-Prince.
- Banque Mondiale (1998), *Haïti, les défis de la lutte contre la pauvreté*, volume 1 et 2
- Barnes J. A. (1954), "Class and Committees in a norwegian Island Parish", *Human Relations*, 7, pp. 39-58
- Bastienier, Albert et Félice Dassetto (1993). *Immigration et espace public : la controverse de l'intégration*, Paris, L'Harmattan .
- Beaucage, André et Elmustapha Najem (Novembre 2002). *La croissance du travail autonome au canada : une comparaison des données de l'EPA et de l'EDTR*, département de Relations Industrielles de l'Université du Québec en Outaouais.
- Bertaux, Daniel (1997). *Les récits de vie*, Paris, Nathan.
- Bogan, M. Marcos (1999). *Migraciones en Mesoamericana y la cuenca de la Caraibe antecedentes, situacion actual y perspectivas*, XXI curso Interamericano sobre Migraciones internacionales, Mar Del Plata, Argentine, OIM.
- BOISSEVAIN, Jérémie (1992). «Les entreprises ethniques au Pays-Bas» in Revue Européenne des Migrations Internationales, Vol. 8, No. 1, pp. 97-105
- Boltanski, Luc et Ève Chiapello (1999). *Le nouvel esprit du Capitalisme*, Éditions Gallimard.
- BONACICH, Edna (1973). « A Theory of Middleman minorities » in American Sociological Review, Vol. 38, No. 5, pp. 583-594
- Borjas, George J. (1990). *Friends or Strangers: The Impact of Immigrants on the U.S. Economy*. New York : Basic Books.
- Boubakri, Hassen (1999). «Les entrepreneurs migrants d'Europe : dispositifs communautaires et économie ethnique. Le cas des entrepreneurs tunisiens en France» dans Jocelyne CESARI (dir.). *Les Anonymes de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, pp. 69-88

- Bourdieu, Pierre (2001). *Science de la science et réflexivité*, Paris, Éditions raisons d'agir
- BOURDIEU, Pierre (1993). *La misère du monde*, Paris, Éditions du Seuil
- Bourdieu, Pierre (1986). « The Forms of Capital », dans John G. Richardson (éditeur) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York-Westport, Londres : Greenwood Press.
- BOURDIEU, PIERRE (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, les Éditions de Minuit
- Bourhis, Anne et Thierry Wils (2001). « L'éclatement de l'emploi traditionnel. Les défis posés par la diversité des emplois typiques et atypiques » dans *Relations industrielles*, vol. 56, no. 1, pp. 66-91
- Brenner, Gabrielle ; Gérard Célas et Jean-Marie Toulouse (sept. 1992). *Haitian Entrepreneurs in Montreal : New Lives, New Business*, Cahier de recherche No. 92-09-04
- Bureau International du Travail (1998). *Rapport I : La mesure du sous-emploi. Seizième Conférence internationale des statistiques du travail*, Genève, 6-15 Octobre 1998. <http://www.ilo.org/public/french/bureau/stat/download/16thicls/report1.pdf>.
- Butler, Richard (2003). "Relationships between Tourism and Diaspora: Influences and Patterns" *Space populations societies Tourism and Populations dynamic*, No. 2, pp. 317-326.
- Casimir, Jean (2001). *La culture opprimée*, Delmas, Les Presses de L'imprimerie Lakay
- CASTLES, Stephen and Godula KOSACK (1985). *Immigrant workers and class structure in Western Europe*, New York, Oxford University Press .
- Castel, Robert (2002). «La sociologie et la réponse à la demande sociale» dans Bernard Lahire (dir.). *A Quoi sert la sociologie ?*, Paris, La Découverte, pp. 67-77.
- Castles, Stephen and Godula Kosack (1985). *Immigrant Workers and Class Structure in Western Europe*, New York, Oxford University Press
- Catanese, Anthony V. (1999). *Haitians migration and Diaspora*, Westview Press, Cummor Hill, Oxford (USA).
- Célas, Gérard (1992). *L'Entrepreneurship et Haïtiens à Montréal*, Mémoire de maîtrise, HEC.
- CDEC-Centre-Nord (2001). *Étude sur la situation et les Besoins auprès des entrepreneurs haïtiens de l'arrondissement Villeray, Saint-Michel, Parc-Extension*
- Cenen-Huther, Josette et Jean Kellerhals et Malik Von Allmen (1994). *Les réseaux de solidarité dans la famille*, Lausanne, Éditions Réalités sociales, 370 p.

- Centre d'Études et de Recherches Démographiques (1996). *Familles au Maroc. Les réseaux sociaux de solidarité (Études démographiques)*, Mohammedia, Imprimerie de Fédala, 341 p.
- Cesari, Jocelyne (1999). «Le Multiculturalisme mondialisé : le défi de l'hétérogénéité» dans Jocelyne Cesari (dir.) *Les anonymes de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, pp. 5-23.
- Chalmers, Camille (4 février 2005). Haïti : priorité de la dette, PAPDA, Note de prese.
- Chaumière, Michel et Michel Messu (2003). «Les apories de la solidarité familiale. Contribution à la sociologie des configurations de justice entre les familles et l'État, dans le cas français» dans *Sociologie du Travail*, No. 45, pp. 327-342.
- Chossudovsky, Michel (automne 2004). «Haïti : coup d'État as usual » in *La revue de l'Aut'Journal*, No. 7, pp. 13-22.
- Conseil des Communautés Culturelles et de l'Immigration (CCCI) (1995), *L'entrepreneurship ethnique et les gens d'affaires immigrants*, Montréal (Québec), 143 p.
- Conseil Permanent de la Jeunesse (mars 2004). *Remixer la cité. La participation des jeunes québécois issus de l'immigration et des minorités visibles*. Rapport de recherche sur le site [www.cpj.gouv.qc.ca](http://www.cpj.gouv.qc.ca).
- Commission des Droits de la Personne (1988). *Enquête sur les relations entre les corps policiers et les minorités visibles et ethniques*, Québec.
- Concialdi, Pierre (2003). « Bas salaires et travailleurs pauvres : tendances dans l'Union Européenne » dans Catherine Lévy et Katia vladimirova (dir.). *Status d'emploi, contrats de travail et sécurité*, Stopanstvo, Éditions de la maison des sciences de l'homme/ Éditions universitaires Stopanstvo, pp. 77-89
- Daniel, Dominique (1996). *L'immigration aux États-Unis : de 1607 à nos jours* / Dominique Daniel, Bénédicte Deschamps, Paris, Ellipses.
- Déchaux, Jean-Hugues (1994a). «Des fonctions économiques» dans *Informations sociales*, No. 35-36, pp. 72-79.
- Déchaux, Jean-Hugues (1994b). «Les trois composantes de l'économie cachée de la parenté : l'exemple français» dans *Recherches sociologiques*, No. 3, pp. 37-52.
- Déchaux, Jean-Hugues (1990). « Les échanges économiques au sein de la parentèle » dans *Sociologie du travail*, No.1, pp. 73-94.
- Déjan, Paul (1978). *Les Haïtiens au Québec*, Montréal, Presse de l'université du Québec
- Destreneau, Blandine et Pierre Salama (2002). *Mesures et démesure de la pauvreté*, Paris, PUF.

- Développement des ressources Humaines Canada (2002). *Résultats de l'enquête sur le travail indépendant au Canada* (préparé par Benoît Delage)
- Domenach, Hervé et Michel Picouet (1995). *Les Migrations*, Paris, PUF.
- Doura, Fred (2001). *Économie d'Haïti : dépendance, crises et développement*, Montréal, Les éditions Dami.
- Dubet, François (1994). « Plaidoyer pour l'intervention sociologique » dans *sociologie de l'expérience*, Paris, Seuil, pp.223-252.
- Durston, John (2000). « ¿Qué es el capital social comunitario ? », Santiago de Chile, CEPAL, Division de Desarrollo social, série Políticas sociales, No. 38, pp. 1-43.
- Estadès, Jacqueline et Marie-Angèle De Looze (1999). « Confiance et veille dans le partenariat Recherche-Industrie » dans Christian Thuderoz, Vincent Mangematin et Denis Harrison (1999). *La Confiance. Approches économiques et sociologiques*, Paris/ Québec, Gaetan Morin éditeur.
- Faist, Thomas (2000). *The Volume and Dynamics of International Migration and Transnational social Spaces*, Oxford, Clarendon Press.
- Filon, Louis Jacques (2000). *Travail autonome : des volontaires et des involontaires. Vers de nouvelles formes de pratiques entrepreneuriales*, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, Hec, Cahier de recherche No. 2000-03, 15 p.
- Ghasarian, Christian (1996). *Introduction à l'étude de la parenté*, Paris, Éditions du Seuil.
- Gagnon, Gérard (1998). « Sécurité Alimentaire en Haïti » dans Banque Mondiale, *Haïti : les défis de la lutte contre la pauvreté*, Volume 2, Documents techniques.
- Gaillard, Anne Marie et Gaillard, Jacques (1999). *Les enjeux des migrations scientifiques internationale : de la quête du savoir à la circulation des compétences*, L'HARMATTAN, Paris/ Montréal.
- Galbraith, John Kenneth (1980). *Théorie de la pauvreté de masse*, Gallimard.
- GASSE, Yvon (1991). *Les immigrants entrepreneurs au Québec : leur profil, leurs entreprises, leur contribution*, document de travail
- Gilles, Alain (1998). " L'Etat et la Constitution d'un champ Scientifique " in Conjonction, *Revue Conjonction Franco-Haïtienne*, N°. 203, pp. 89-96.
- Gilles, Alain (1991). « Mouvement populaire et développement politique » dans Carry Hector et Hérard Jadotte (dir.). *Haïti et l'après-Duvalier : continuités et ruptures*, Port-au-Prince/Montréal, Éditions Henri Deschamps/CIDIHCA.

- Glaser, Barney G. et Anselm Strauss (1967). *The discovery of grounded theory, Strategies for qualitative research*, Chicago, Adline
- Gordon, Milton Myron (1964). *Assimilation in american life; the role of, religion, and national origins*, New York, Oxford University Press
- Granovetter, Mark (1995). «The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs» In Alejandro Portes. *The Economic sociology of immigration, Russel Sage Fondation*, New York, pp. 128-165.
- Green, Nancy L. (2002). *Repenser les migrations*, Paris, PUF.
- Hamel, Jacques (2000). « À propos de l'échantillon. De l'utilité de quelques mises au point », *Bulletin de Méthodologie sociologique*, no. 67, pp. 25-41
- Hannerz, Ulf (1983c). *Explorer la ville. Éléments d'anthropologie urbaine*, Paris, Éditions minuit .
- Harrison, Denis (1999). « Confiance identitaire, confiance cognitive et processus d'innovation » dans Christian Thuderoz, Vincent Mangematin et Denis Harisson (1999). *La Confiance. Approches économiques et sociologiques*, Paris/ Québec, Gaetan Morin éditeur
- Immigration et Communautés Culturelles du Québec (2005). *Portrait statistique de la population d'origine ethnique haïtienne, recensée au Québec en 2001*  
[http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/pdf/com\\_haitienne.pdf](http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/pdf/com_haitienne.pdf)
- Interamerican Development Bank (IDB) (may 2004). *Sending Money Home: Remittance to Latin America and the Caribbean*,  
[www.iadb.org/mif](http://www.iadb.org/mif)
- Institut Haïtien de statistique et d'Informatique (IHSI) (2001). *Enquête Budget-Consommation des Ménages (EBCM 1999-2000)*. Volume II : Revenus, Dépenses et Consommations des Ménages, Port-au-Prince, Division du Recensement et des Enquêtes nationales
- Jackson, Andrew (2004). « Precarious jobs and social exclusion » in Canadian Labour Congress, vol.7, no.2, pp.1-8  
[http://recherchepolitique.gc.ca/page.asp?pagenn=v7n2\\_art\\_07](http://recherchepolitique.gc.ca/page.asp?pagenn=v7n2_art_07)
- JUTEAU, Danielle et Sylvie Paré (1997). «L'entrepreneurship à Côte-des-Neiges : le périmètre Victoria/ Van Horne» dans Deidre MEINDEL, Victor PICHÉ; Danielle JUTEAU et Sylvie FORTIN (dir.). *Le Quartier Côtes-des-Neiges : les interfaces de la pluriethnicité*, L'Harmattan, Paris/Montréal, pp. 129-160
- Labelle, Micheline; Serge Larose et Victor Piché (1983b). «Émigration et immigration : les Haïtiens au Québec» dans *Sociologie et Société*, Vol. XV, No. 2, pp. 73-88.

- LABELLE, Micheline et Daniel SALÉE et Yolande FRENETTE (2001). *Incorporation citoyenne et/ou l'exclusion ? La deuxième génération issue de l'immigration haïtienne et jamaïcaine*, Fondation canadienne des relations raciales.
- Labelle, Michel et Joseph J. Lévy (c1995). *Ethnicité et enjeux sociaux : le Québec vu par les leaders de groupes ethnoculturels*, Montréal, Liber.
- LABELLE, Micheline et Martin Goyette (1993). « Intégration économique. Le discours de leaders d'origine haïtienne de la région de Montréal » dans Les Cahiers du Centre de Recherche sur les Relations Interethniques et le Racisme, UQAM, No. 9.
- Laguerre, Michel S. (1984). *American Odyssey Haitians in New York City*, Ithaca and London, Cornell University Press.
- LAPERRIÈRE, Anne (1997). « La théorisation ancrée (Grounded theory): démarche analytique et comparaison avec d'autres approches » dans Jean POUPART et al. *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Québec, Gaëtan Morin éditeur, pp. 309-340
- Larose, Serge (1985), *Procès migratoire et trajectoires de classe : les immigrants et les immigrantes haïtiens au Québec*, Centre de Recherches Caraïbes de l'UdeM,
- Larose, Serge (1984). « Transnationalité et réseaux migratoires : Entre le Québec, les Etats-Unis et Haïti » dans Cahiers de recherche sociologique Problèmes d'immigration, Vol. 2, No. 2, pp. 115-138.
- Ledoyen, Alberte (1993). « Les Jeunes Haïtiens et le marché du travail » dans Marc-Antoine Louis (dir.) *Le Québec de Demain et les Jeunes québécois d'origine haïtienne : questionnements et perspectives*, pp. 147-160.
- Lemieux, Vincent (1976). « L'articulation des réseaux sociaux » dans *Recherches sociographiques*, Vol, XVII, No. 2, pp. 247-260.
- Lévesque, Maurice et Deena White (1999). « Le concept de capital social et ses usages » in *Lien Social et Politiques- RIAC*, vol. 41, pp. 23-33 .
- Light, Ivan and Carolyn Rosenstein (1995). "Expanding the Interaction Theory of Entrepreneurship" in Alejandro PORTES. *The Economic Sociology of Immigration*, Russel Sage Fondation, New York, pp.166-211.
- Light, Ivan and Steven J. Gold (2000). *Ethnic Economies*, San Diego/ London, Academic Press
- LIN, Nan (1995). « Les ressources sociales : une théorie du capital social » dans *Revue Française de Sociologie*, Vol. 36, pp. 685-704.
- Louviot, Isabelle (1991). *Migrations Est-Ouest, Sud-Nord*, Paris, Hatier
- Lunahl, Mats (June 2004). Sources of Growth in the Haitian Economy, Inter-American Development Bank, [www.iadb.org/mif](http://www.iadb.org/mif).



- Ma Mung, Emmanuel (1999). «La dispersion comme ressource» dans Jocelyne CESARI (dir.). *Les Anonymes de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, pp. 89-103.
- MA MUNG, Emmanuel (1996). « Entreprises économiques et appartenance ethnique » dans *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 12, no. 2, pp. 211-233
- Ma Mung, Emmanuel (1994). « L'entrepreneuriat ethnique en France » *Sociologie du Travail*, Vol. 36, No. 2, pp. 185-209.
- Ma Mung, Emmanuel (1996). « Entreprises économiques et appartenance ethnique » dans *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 12, no. 2, pp. 211-233.
- Marger, Martin N. and A. Hoffman (1992). «Ethnic Enterprise in Ontario: Immigrant Participation in the Small Business Sector» In *International Migration Review*, Vol. XXXVI, No. 3, pp. 968-981
- Marmora, Lelio (1997). *Las politicas de migraciones internacionales*, Madrid/Buenos Aires, OIM/ Alianza Editorial.
- McAll, Christopher ; Pierre-Joseph Ulysse et Raymonde Bourque (2001). *Se libérer du regard : agir sur la pauvreté au centre-ville de Montréal*, Montréal, Éditions Saint-Martin.
- McAll, Christopher (1999). « L'état des citoyens et la liberté du marché » dans *Sociologie et sociétés*, vol. XXXI, n° 2, automne 1999, pp. 27-40.
- McALL, Christopher (1990). *Class, Ethnicity and Social Inequality, and social inequality*, Montreal, Kington, London, Buffalo, McGill-Queen's University Press;
- Messier, Camille (1993). «La clientèle Pluraliste des Centre de Réadaptation pour les jeunes en Difficulté d'adaptation» dans Marc-Antoine LOUIS (dir.) *Le Québec de Demain et les Jeunes québécois d'origine haïtienne : questionnements et perspectives*, pp. 147-160.
- Meyer, Jean-Baptiste et Jorge Charum (1995). «La « fuite des cerveaux » est-elle épuisée? Paradigme perdu et nouvelles perspectives» dans *Cahiers des Sciences Humaines*, Vol. 31, No. 4, 1995, pp. 987-1017.
- Milles, Matthew B. et A. Michael Huberman (2003). *Analyse des données qualitatives*, Bruxelles, Deuxième édition, De Boeck
- Ministère des Haïtiens Vivant à l'Étranger (MHAVE) (1999). *Actes des Colloques : la semaine de la diaspora*, Port-au-Prince, du 16 au 22 août 1999
- Mingione, Enzo (1998). « Fragmentation et exclusion : la question sociale dans la phase actuelle de transition des villes dans les sociétés industrielles avancées » *Sociologie et Société*, Vol. XXX, no. 1, pp. 1-15.

- Min, Pyong Gap (2000). «Immigrant entrepreneurship and business patterns: a comparison of Koreans and Iranians in Loges Angeles» in *International Migration Review*, Vol. 34, No. 3, pp. 707-738.
- NEVEU, Erik (2002). *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, 3eme Édition, La Découverte & Syros
- Nielsen, François (April 1985). «Toward a Theory of Ethnic Solidarity in Modern Societies» In *American Sociological Review*, Vol. 50, No. 2, pp. 133-149.
- Nurse, Keith (2002). «Diaspora, Migration and Développement in the Caribbean», site de la Fondation Canadienne pour les Amériques FOCAL, [www.focal.ca](http://www.focal.ca).
- ORLÉAN, André (1994). «Sur le role respectif de la confiance et de l'intérêt dans la constitution de l'ordre marchand» dans *Revue de Mauss*, No. 4, 2eme semestre 1994
- PAILLÉ, Pierre (1996). « Quantitative par théorisation ancrée » dans Alex MUCCHELLI (dir.). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, pp. 184-192
- PAILLÉ, Pierre (1994). « L'analyse par théorisation ancrée » dans *Cahiers de recherche sociologiques*, UQAM, pp. 147-181
- Parazelli, Michel (mars 2001). «Dissonances politiques de la reconnaissance de l'action communautaire autonome» dans *L'Action nationale*, vol. XCI, No. 3, pp. 19-42.
- PETTIGREW, Th., «Race and class in the 1980's: an interactive view», In *Daedalus*, 110, 2, 1981, pp. 233-255
- Peraldi, Michel (1999). «Marseille : réseaux migrants transfrontaliers, place marchande et économie de bazar» dans Jocelyne CESARI (dir.). *Les Anonymes de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, pp. 51-67.
- Piché, Victor (1997). *Immigration et intégration dans les pays développés : un Cadre conceptuel*, 18 p.
- Piché, Victor (1987). «L'immigration haïtienne au Québec. Modalités d'insertion », dans Philippe Antoine et Sidiki Coulibaly, *L'insertion urbaine des migrants en milieu urbain en Afrique*. CRDI-ORSTOM-URD, Éditions de l'ORSTOM, pp. 201-221
- Pitrou, Agnès (1994). «Des mythes aux réalités» in *Informations sociales*, No. 35-36, pp. 63-71.
- Pizarro, Narciso (1999). « Appartenance, places, et réseaux de places : la reproduction des processus sociaux et la génération d'un espace homogène pour la définition des structures sociales » *Sociologie et Sociétés*, Vol. XXXI, No. 1, pp.143-161.
- Portes, Alejandro (2003). «Conclusion: Theoretical convergence and empirical evidence in the study of immigrant transnational» in *The International Migration Review*, Vol. 37, No. 3, pp. 875-876.

- Portes, Alejandro (1995). « Economic Sociology of Immigration : a conceptual Overview » in Alejandro Portes (1995). *The Economic Sociology of Immigration*. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship, New York, Russel Sage Foundation, pp. 1-41 .
- Portes, Alejandro and Julia Sensenbrenner (1993). "Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action." *American Journal of Sociology*, 98: 1320-50.
- Portes, Alejandro and Patricia Landolt (1996). "The downside of social capital." *The American Prospect*, No. 26: 18-21.
- Portes, Alejandro et Min Zhou (1992). «En route vers le sommet : nouvelles perspectives sur la question des minorités ethniques» dans *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 8, No.1, pp. 171-192 .
- Potvin, René et al. (2001). « Précarité et nouveaux rapports de travail dans les années 1980 et 1990 » dans Henri DORVIL et Robert Mayer (dir.). *Problèmes sociaux*, tome 1. Théories et méthodologies, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, pp. 371-395.
- Potvin, Maryse (1997). «Les jeunes de la deuxième génération haïtienne au Québec : Entre la Communauté «réelle» et la Communauté «représentée» dans *Sociologie et société*, Vol. XIX, no.2, pp.77-101.
- Programme des Nations-Unies pour le Développement-Haïti (PNUD-Haïti) (2002). *Rapport annuel sur le développement Humain*, [www.pnud-haiti.org](http://www.pnud-haiti.org).
- Programme des Nations-Unies pour le Développement-Haïti PNUD- Haïti (2002). *Situation économique et sociale d'Haïti*, [www.pnud-haiti.org](http://www.pnud-haiti.org).
- Quesnel, Durosier (18 et 23 juin 2003). « Haïti accueille la réunion régionale sur le patrimoine mondial » citant des sources de l'UNESCO in *L'Union*, mercredi 18/ jeudi 23 juin 2003, No. 1065 et 1067.
- Razin, Eran and André Langlois (1996). «Metropolitan Characteristics and Entrepreneurship among Immigrants and Ethnic Groups in Canada» In *International Migration Review*, Vol. XXX, No. 3, pp. 703-727
- Rea, Andrea et Maryse Tripier (2003). *Sociologie de l'immigration*, Paris, Éditions La Découverte
- Renaud, Jean; Victor PICHE et Lucie GINGRAS (1996). « Immigration et intégration économique à Montréal : le rôle de l'origine nationale », version révisée d'une communication présentée au Huitièmes Entretien du centre Jacques Cartier, Rhône-Alpes 5-8 décembre 1995
- Roberts, Bryan R. (1995). «Socially Expected Durations and The economic Adjustment of Immigrants» In Alejandro PORTES. *The Economic sociology of immigration*, Russel Sage Foundation, New York, pp. 42-85.

- Ronceray, Hubert De (1979). *Sociologie du fait haïtien*, Montréal/Port-au-Prince, Presses de l'Université du Québec/ Les Éditions de l'Action sociale.
- Rosanvaillon, Pierre (1995). La nouvelle question sociale : repenser l'État-providence, Éditions du seuil
- Roy, Gilles (1998a). *Diagnostic sur le travail autonome : Éléments de définition*, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, HEC, Cahier de recherche No. 98-01, 73 p.
- Roy, Gilles (1998b). *Diagnostic sur le travail autonome : Profil sociodémographiques*, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, HEC, Cahier de recherche No. 98-04, 62 p.
- Sanders, Jimmy M. and Victor NEE (1996). «Immigrant self-employment: The family as social capital and the Value of Human Capital» In American Sociological Review, Vol. 61, pp. 231-249
- Sanders, Jimmy M. et Victor Nee (1987). « Limits of ethnic solidarity in the enclave economy ». American Sociological Review 52 : 745-773.
- Sanyal, Bish (1999) et « les ONG : instruments du projet néolibéral ou bases solidaires des alternatives populaires » par le Centre Tricontinentale
- Sassen, Saskia (1992). « Les entrepreneurs immigrés et l'implantation des industries étrangères aux États-Unis : éléments d'une économie transnationale » Revue Européenne des Migrations Internationales, Vol. 8, No. 1, pp. 127- 137.
- Schnapper, Dominique (2001). « De l'État-nation au monde transnational » dans Revue Européenne des Migrations Internationales Débats Contemporains, vol. 17, No. 2, pp. 9-36
- Simard, Carolle (2003). «Les élus issus des groupes ethniques minoritaires à Montréal : perceptions et représentations politiques, une étude exploratoire » dans politiques et sociétés, vol. 22, no.1, pp. 1-26
- Simard, Carolle (Mars 2000). « La représentation politique des élus issus des groupes ethniques minoritaires à Montréal », Intervention, conférence nationale Métropolis Toronto, pp. 1-29
- Système des Nations-Unies en Haïti (2000). *Haïti, Bilan commun de Pays*, Port-au-Prince.
- Swedberg, Richard and Mark Granovetter (2001). « Introduction to the Second Edition" In Richard Swedberg et Mark Granovetter. *The Sociology of Economic Life*, Boulder, Colo, 2eme Édition, Westview Press,
- Tarrius, Alain (2001). « Le lien social fort comme préalable à la réussite Économique. Initiatives des migrants entrepreneurs des économies souterraines internationales :

- Parcours, étapes, transactions commerciales» dans *Journal des Antropologues*, No. 84, pp. 111- 144.
- Toulouse, Jean-Marie et Gabrielle A. Brenner (1992). *Activités d'affaires et groupes ethniques à Montréal*, HEC.
- Toulouse, Jean-Marie (1991). "Les immigrants et la création d'entreprises: test d'un modèle préliminaire auprès des Chinois et des Haïtiens » Actes du Colloque nationale sur la régionalisation de l'immigration au Québec, Hull, 22-23 novembre 1991, pp. 489-515.
- Trevor, Jones, P. et David McEoy (1992). « Ressources ethniques et inégalités des chances : les entreprises indo-pakistanaïses en Grande-Bretagne et au Canada » in *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 8, No. 1, 1992, pp. 107-126.
- Verhaeren, Raphael-Emmanuel (1990). *Partir? Une théorie économique des migrations internationales*, Presses Universitaires de Grenoble.
- Vernet, Jean Périclès (1987). *Répartition sectorielle et occupationnelle des travailleurs Haïtiens sur le marché du travail*, Mémoire de maîtrise à l'Université du Québec à Montréal.
- Waldinger, Roger (1992). « La politique de développement des entreprises issues des minorités aux Etats-Unis : Étude critique » *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Volume 8, No. 1, pp. 139-153
- Waldinger, Roger et al. (c1990). *Ethnic entrepreneurs : immigrant business in industrial societies*, Newbury Park, Calif. : Sage Publications
- Weber, Max (1971). *Économie et Société*, TOME 1, Paris, Plon,
- Werbner, Pnina (1999). « What colour 'Success'? Distorting Value in Studies of Ethnic Entrepreneurship » in *The Editorial of Sociological View*, Vol. 47, pp. 548-579
- White, T. Anderson et Glenn R. Smulcker (1998). «Capital social et gouvernance en Haïti : Traditions et tendances» dans *Banque Mondiale Haïti : les défis de la lutte contre la pauvreté*, Volume II, documents techniques
- Williams, Dorothy W. (1998). *Les noirs à Montréal : Essai de démographie urbaine*, Québec, VLB Éditeur, traduction française
- WINTER, Elke (2004). *Max Weber et les Relations ethniques: du refus du biologisme racial à l'État multiculturel*, Québec, Presses de l'Université Laval

Annexe  
Guide d'entretiens

## Guide d'Entretiens

Nom et Prénom de l'enquêteur ... Alfred Pierre    Date ..... 2004

Nom et Prénom de l'enquêté .....

Sexe ..... M                      F  
    ☐                      ☐

Age .....

Nom de l'entreprise .....

Adresse de l'entreprise .....

Profil de l'entrepreneur

0. Voulez-vous vous présenter un peu?

- Formation

- Statut matrimonial :

marié(e)

Placé(e)                      ☐

Séparé(e)                      ☐

Veuf (ve)                      ☐

Célibataire                      ☐

1. Voulez-vous me parler de votre parcours migratoire?

2. Parlez-moi un peu de votre expérience d'immigrant ici?

-                      date                      d'arrivée                      au                      Canada  
 (année).....

-                      age                      à  
 l'arrivée.....

.....

Statut d'immigration :

Indépendant (e) ?

Parrainé(e) (famille)? ☐

Réfugié (e)? ☐

Étudiant ☐

Visiteur (avec visa) ☐

☐

Autre ☐

3. quel est votre statut actuel ici au Canada (résident, citoyen, autre .....)?
4. comment avez-vous trouvé vos premiers emplois ici?
5. C'est comment vous êtes devenu entrepreneur (euse)?

#### Caractéristiques de l'entreprise

6. Parlez-moi de votre entreprise?
  - Marche bien (chiffre d'affaire) .....
  - Capital de départ .....
  - La clientèle est haïtienne ou mixte .....
7. parlez-moi de vos employés?
  - nombre
  - sexe .....
  - Homme
  - Femme
  - Profil .....
  - De quelle façon vous recrutez les employés (liens de parenté, d'amitié, haïtiens ou autres, etc?)
8. Que représente l'entreprise pour lui (entrepreneur)?
9. Et qu'est-ce qu'elle est censée représenter pour la communauté haïtienne?

#### Réseaux et solidarité ethniques contribuant ou non aux succès de l'entreprise

10. pour créer l'entreprise, quels sont les supports que vous avez reçus?
11. quels sont les supports quelconques que l'entreprise continue à recevoir?
12. Avez-vous aidé d'autres personnes à créer leur entreprise?
13. Sur quoi basez-vous vos relations avec les personnes avec qui vous faites des transactions?
14. voulez-vous nous parler de votre réseau de contacts ici?
15. Quels sont les principaux problèmes que vous avez rencontrés?
16. Qu'est-ce qui peut être fait pour solutionner ces problèmes?



17. Avec la création de l'entreprise, votre situation financière est-elle améliorée ou détériorée
18. Dites-vous que la communauté haïtienne est solidaire?
19. Y a-t-il une association d'entrepreneurs haïtiens à Montréal?

#### Caractéristiques transnationales

20. Avez-vous encore des parents ou d'autres liens familiaux en Haïti?
21. Parmi eux, y en a-t-il qui dépend (économiquement) de vous?
22. Avez-vous des personnes là-bas à qui vous faites des transferts?
23. La nature (argent, nourriture) des transferts? Nombre de transferts par année?  
Volume ou montant des transferts?
24. Voyagez-vous souvent en Haïti? Chaque combien de temps? C'est pour quelle raison voyagez-vous?
25. Commandez-vous des produits en Haïti?
26. votre entreprise a des activités en Haïti. Pensez-vous à investir là-bas?
27. le milieu vous a-t-il poussé à créer votre propre entreprise?
28. Vous êtes satisfait de votre parcours jusqu'ici?

